بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

كليّة الإعـــلام

قسم الصحافة

مِصْداقيّة الصّحف اليوميّة لـــدى الجُـــمـــهور الأردنـــيّ

" دراسة ميدانيّة "

The Credibility of Daily Newspapers among the Jordanian Audience

(Field Study)

قدّمتُ هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الإعلام

كليّة الإعـــلام/ جامعة اليرموك

إعداد الطالب:

مالك محمد مرزي رمضان

إشراف:

د. محمود السماسيري

الفصل الدراسيّ الأول

2015 - 2014

{ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ }

صدق الله العظيم

[سورة: التوبة– الآية :105]

التفـويـض

أنا الطالب/ **مالك محمد مرزي رمضان،** أفوّض جامعة اليرموك بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، المنظمات، الهيئات، والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم : مالك محمد مرزي رمضان

التوقيع :

التاريخ : /2015/1

قــرار لجنـــة المنـــاقشـــة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها ، :"مصداقية الصحف اليومية لدى الجمهور الأردنيّ" .

وأجيزت يوم ــــــــــــــــــــــ بتاريخ / ٢٠١٥/١

أعضاء لجنة المناقشة :

- د. محمود يوسف السماسيري............مشرفاً ورئيساً
- د. علاءالدين أحمد خليفة الدليمي............. عضواً
- أ.د تحسين منصور............... عضواً

الإهـــداء

إلى من تجرّع كؤوساً فارغة ليسقيني أنهاراً من الحب

إلى من تصبّب عرقَ جبينه ليمنح لنا لحظة سعادة

إلى من أزال الصعاب عن دربي ليهيئ سبيلي للعلم

إلى القلب العظيم ....(والدي الحبيب)

إلى من علمتني الصبر والعطاء

إلى مصدر قوتي وضعفي .... رمز الحنان

إلى قلبٍ طاهرٍ يحملُ النقاء .... (والدتي الحبيبة)

إلى القلوب الناصعة بالبياض والنفوس الرقيقة

إلى رياحين حياتي .... (إخوتي الأعزاء)

أهدي لهم جميعاً هذا الجهد المتواضع

الباحث

مالك محمد رمضان

شـــكرٌ وعرفـــان

الحمد لله الذي أنطق لسانَ الإنسان، فأفصحَ بعجيب البلاغة وسحر البيان، والصلاة على من تبوأ من الفصاحة ذروتها، واقتعد من البلاغة مكان صهوتها، محمدٌ الأمين على الأنباء الغيبية، ومستودع الأسرار الحكمية، وعلى آله الطيبين أطواد العلوم الراسخة، ومثاقيل الحكم الراجحة.

أمّا بعد.... فإني بوافرٍ من الإجلال والإكبار أتقدم إلى أستاذي الفاضل الدكتور /محمود يوسف السماسيري الذي وحّد الفطرة واستنطق حبّ البذل والعطاء، فأعطى من علمه وجهده فكان خير المعلم، وتفضلت بتوجيهاته فكان خير المرشد، وقدر الظرف فكان نعْم الإنسانُ، وترك للرأي مساحته ولشخصية الدارس مكانه، فكان المعلّم الذي سوّر العقل بالقناعة، والقلب بالعرفان، والعنق بالجميل، ولا أملك هنا إلا أن أدعو له عدد حروف هذهِ الرسالة، فجزاه الله عني وعن جميع طلابه الخير كله، ووافاه قدره من الحسنات، والله يضاعف لمن يشاء.

وبالود ذاته وبالاعتزاز نفسه أتوجّه بالتقدير والمودة إلى أعضاء لجنة المناقشة إلى الأستاذ الدكتور/ تحسين منصور، والدكتور/علاء الدين أحمد الدليميّ اللذان تركا بصماتٍ واضحةٍ على القلب قبل الصفحات،فكانت ملاحظاتهما نبراساً أضاءَ دروب البحثَ العلميَ للدارس، فلم يبخلا بالمعرفة ولم يتأخرا عن بذل النصيحة، رغم أشغالهما وأعبائهما العلمية، وضيق وقتهما، فأتمّ الله عليّ فضله بأن أنهل من معين علومهما، وأستضيء بنور كتبهما وأبحاثهما، قبل أن يتم الله على فضلهِ بمعرفتهما، والتتلمذ على يديهما في السنة الأولى والثانية من دراستي، وزادني شرفاً أن يكونا أول من يناقشا موضوعاً في قياس مصداقية

الصحف، فهو فضلٌ لا يعرف كنهه إلا من خاض في هذا العلم، وأبحر في جنباته وأدام عليهما صحتهما وعافيتهما، وأدام علينا معارفهما.

وقبل أن تطوى صفحات هذا البحث، أتوجه بالشكر والعرفان للوالد العزيز محمد مرزي، الذي كان لي كالغيث ساعة القحطِ، والمرجع في ما استشكل علي من أمور المعاش والدراسة، فكان نِعْم الأب ونعم المعلّم.

وقبل أن يجفَّ الحبر وتضمحلَّ الأفكار أضع هذه الدراسة قبلة على يد وأمي، التي ما يصيبني من توفيقٍ في هذه الدنيا إلاّ بفضل دعائها وبركة سجادة صلاتها، كما أضعها بلسماً على قلب والدي، وأنا أعلم أنّ كلّ درجات الدنيا ومراتبها لا تغفر لي غيابي عنه في سفرهِ ، حملني عمراً على ظهرهِ، فللمولى أتضرع أن يمنّ عليه بدوام الصحة والعافية، وأن يقتص له من المعتدين ويكفيه شرهم.

كما لا يفوتني إهداء هذه الدراسة لأخوتي الذي كانوا لي الوحي والإلهامَ في جُلّ مراحلِ الدراسة، وهي أيضاً للأخوين العزيزين المعتز بالله، وشادي اللذين كان لهما فضلاً في اجتياز بعض العقبات التي واجهتْها الدراسة، ولن أنسى وطني الأردن (حاضنة العرب الآمن)، التي شربتُ من غدير مائها، ووفق الله الجميع لكلّ خير وفلاح.

وإنْ تجـــــدْ عـيـبــْـبـاً فـــسُـدَّ الخَـلـلا

فـــجَـلَّ – مــــن لا فـيــهِ عيـبٌ– وعَـــلا

والحمد لله رب العالمين،،،،،،،،

قائمة المحتويات

قائمة الجداول (جداول الدراسة)

(18)	يوضّح نتائج تحليل التباين(One-Way Anova) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة الأردنيّة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليميّ.	124
(19)	يوضّح نتائج تحليل التباين(One-Way Anova) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة الأردنيّة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المهنة.	125
(20)	يوضّح اختبار(Test) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة الأردنيّة من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الانتماء الحزبيّ.	126
(21)	نتائج تحليل(Linear)الانحدار البسيط للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة ودرجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين.	127
(22)	نتائج تحليل(Linear)الانحدار البسيط للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة ودرجة التزامها بسمات المصداقيّة من وجهة نظر المبحوثين.	128
(23)	نتائج تحليل(Linear)الانحدار البسيط للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليوميّة ودرجة متابعتهم للصحف اليوميّة.	129
(24)	نتائج تحليل(Linear)الانحدار البسيط للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة مصداقيّة الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقيّة .	130

قائمة الملاحـــــق

إشــــراف:

د. محمود السماسيري

الفصل الدراسيّ الأول

2013-2014

الملخص/ باللغة العربية

ملخص الدراسة

رمضان، مالك محمد "مـــصداقـيّة الصّحف اليوميّة لـــدى الجـمهـور الأردنـــيّ". رسالة ماجستير/جامعة اليرموك،2014(المشرف: د. محمود يوسف السماسيري

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى صدقيّة(مصداقيّة الصحف اليومية الأردنيّة تجاه جمهورها)، لذا فقد جاءت هذه الدراسة لتبحث في العوامل التي أدّت إلى تدني مصداقية الصحف، وما هي عناصر مقياس الصحف، وما هي أبعاد مصداقية الصحف، وقد اعتمد الباحث في دراسته على منهج البحوث الوصفية، وتكونت عينة الدراسة من (600) مفردة، وتمّ اختيار العينة الصدفية، واعتمد الباحث على(الاستمارة)كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، حيث تضمنت على عدد من الأسئلة والعبارات التي تستهدف الكشف عن مدى مصداقية الصحف اليومية إزاءَ موضوع الدراسة.

وقد توصلت الدراسة الى عدة نتائج، من أبرزها:

1- ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين في قراءة الصحف اليومية الأردنية، حيث بلغ عدد الذين يقرؤون الصحف اليومية بنسبة بلغت 75،2%)، أمّا الذين لا يقرؤون الصحف اليومية فقد بلغت النسبة (24،8%).

2- بينت النتائج أنّ أهم أسباب عدم قراءة الصحف اليومية في متابعة وسائل الإعلام الأخرى بنسبة بلغت (14،7%)، ويعزو الباحثُ في ذلك إلى تطوّر وسائل الاتصال الحديثة في سرعتها نقل الخبر.

3- بيّنت النتائج أن أهم الأسباب التي دفعت الجمهور لقراءة الصحف هي "معالجتها القضايا والمشاكل الداخلية بعمقٍ وشموليّة" بنسبةٍ بلغت (49،2%).

4- تصدرت(صحيفة الرأي)الصحف اليوميّة مقارنة بالصحف اليومية الأخرى من حيثُ درجة مصداقية الصحف بنسبة بلغت (40،3%) كمتوسط حسابيّ وثبت صحة فروض: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين.

5- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة التزامها بسمات المصداقية من وجهة نظر المبحوثين.

6- أوضحت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون و درجة متابعتهم للصحف اليومية، وعلاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة مصداقيّة الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذهِ الصحف بسمات المصداقيّة.

Abstract

D. Mahmoud Alsmasire

First Semester

2013-2014

Ramadan, Malek Mohammad, **"The Credibility of Daily Newspapers among the Jordanian Audience"**, a thesis, Yarmouk University, 2014.Supervisor: prof.Mahmoud Al-Samaseri

This study aimed at exploring the degree of credibility (credibility of Jordanian daily newspapers towards their audience). Thus, this study sought to explore the factors which resulted in decreasing the credibility of newspapers, as well as the assessment of newspapers and the dimensionsof the credibility of newspapers. The researcher employed the descriptive research method. The sample of the study consisted of 600 participants; and convenience sampling method was used. The researcher used the questionnaire as a tool for data collection for the study, which consisted of a number of items which aimed at exploring the degree of the credibility of daily newspapers.

The main results of the study showed a high percentage of dependency on daily newspapers among the participants of the study, with the percentage of those who read daily newspapers at 75.2%, while those who don't read daily newspapers at 24.8%. the main reasons for not reading daily newspapers were related to dependency on other media

(14.7%) , a fact ascribed by the researcher to their speed in delivering news stories . results showed that the main reasons for which the audience read the newspapers are related to their "handling of local and national issues with depth and comprehensiveness ", with a percentage of(49.2%). Al-Rai daily newspaper was ranked first among daily newspapers in terms of credibility, with a percentage of (3.4%) as a mean. The following hypotheses were accepted: the presence of a statistically significant relation between the degree of following up daily newspapers among the audience and the credibility of the newspapers from their perspective, the presence of a statistically significant relation between the degree of dependency on daily newspapers and the degree of their commitment to the characteristics of credibility from the perspective of the audience , the presence of a statistically significant relation between the degree of change in the credibility of the newspapers and the degree of the audience dependency on them , and the presence of a statistically significant relation between the degree of credibility of the newspapers and their commitment to the characteristics of credibility.

الفصل الأول

الإطــارُ الــمنهــجــيّ للّــدراســة

تمهيد:

يحتوي هذا الفصل على مقدّمة ومشكلة الدراسة وأسئلة الدراسة التي طبقت داخل استبيان الدراسة؛ بُغية الحصول على النتائج المرجوة، وتضمّنت أيضاً أهداف الدراسة التي تسعى لتحقيقها، وأهميّة هذه الدراسة بين الدراسات السابقة، وتناول هذا الفصل أيضاً التعريفات الإجرائية والاصطلاحية للدراسة، إضافةً إلى النظريات المستخدمة في الدراسات المتمثلة في نظرية المسؤوليّة الاجتماعية، ونظريّة النموذج البنائيّ، وأبرز الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع هذه الدراسة، وأيضاً تضمن هذا الفصل المنهج المتبع في الدراسة ومجتمع وعينة الدراسة التي طبقت عليه باستخدام أداة (الاستبانة) للحصول على النتائج، وأيضاً يبين إجراءات الثبات والصدق والمقاييس الإحصائيّة المستخدمة في هذه الدراسة.

المقدمة:

هناك إجماعٌ بين ممارسيْ الاتصال ودارسيهِ ومتخذّي القرار الاتصاليّ والسياسيّ على أنّ مصداقيّة الاتصال عامة والاتصال الجمعيّ والجماهيري خاصة هي مكون أساسي لنجاح عملية الاتصال، وأنّ المصداقيّة تعد أحد المعايير الأساسية التي تميز وسيلة إعلاميّة عن أخرى، ومن هنا فإنّ التعرف عليها والوقوف على أبعادها ومكوناتها وأساليب قياسها لازم لكل أطراف عملية الاتصال. (علم الدين، محمود 1989،ص7)

وقدْ أثارت قضية مصداقيّة وسائل الإعلام جدلاً واسعاً بين الأوساط الأكاديميّة والمهْنية وعلى المستوى الجماهيريّ، وذلك على نطاق الدول والمجتمعات المختلفة. فلم يقتصر هذا الجدل على الأداء الإعلاميّ في الدول النامية بل امتدّ ليتناولَ التغطية الإعلاميّة في المجتمعات الغربيّة التي قطعت شوطاً كبيراً في اتجاه تحرير وسائل الإعلام والإعلاء من قيَم حرية التعبير وحرية تداول المعلومات وتطبيق شرط الضمير في الأداء الإعلامي والذي بالنزاهة والموضوعية والتوازن وكلها عواملٌ تتفاعل لتحققَ لوسائل الإعلام درجة ومستوى المصداقية التي تتمتع بهِ لدى جمهورها .(مصطفى،هويدا2003،ص1)

ومن هنا تعدُّ قضية المصداقيّة مسألة مهمة للغاية لأنّ عجزَ الجمهور وعدم قدرته على تصديق وسائل الإعلام خاصة فيما يتعلق بما تبثهُ من أخبار يعرقل بشدة إحاطة الأمة بمجريات الأمور، ومن ثَمّ يعرقل قدرتها على مراقبة القادة وممارسة الحكم،كما أنّ انخفاض ثقة الجمهور قد تؤدي إلى تقييد حرية الصحافة وتهديد اقتصاديات بعض وسائل الإعلام.(Gaziano,1998,p.267)

بناءً على ما سبق، فإنّ مصداقيّة الصحف اليوميّة أصبح أمراً هامّاً في الإعلام، وتعدّ مصداقيّة الصحف أحد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلاميّ على مختلف وسائل الإعلام وبالنسبة لكافة

الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها، كما تعتبر المصداقية من بين أهم العوامل الحاسمة المؤثرة على قابلية الجمهور لتصديق الرسالة الإعلاميّة؛ فتأثيرات المصداقيّة ليست علاقة أحادية الجانب من المصدر أو الوسيلة إلى الجمهور، ولكنها عملية تنطوي على العديد من الأبعاد المرتبطة بالقائم بالاتصال والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلامية فضلاً عن خصائص الجمهور ومناخ الرأي السائد في المجتمع المعين نحو القضايا العامة والمشكلات البارزة خلال فترة أو فترات زمنية بعينها،كما تثير مصداقيّة وسائل الإعلام عدة قضايا ملحة منها حجم ومستوى الرقابة التي تخضع لها هذه الوسائل وظاهرة التحيز الإعلاميّ وإشكالية القيم والمرجعيات الإخبارية وغيرها من القضايا ذات التأثير على هذه المصداقية. ولهذا لا عجب أن تتهم هذه المؤسسات. الإعلاميّة بافتقارها إلى المهْنية والحيادية والمصداقية في نقل الخبر (صالح،2007،ص147)

وتتلخص أهمية دراسة المصداقية فيما أشار إليه Schwiger(2000) من أنّ إدراك الأفراد لمصداقية الوسيلة يؤثر بشكل كبير على اختياراتهم وتفضيلاتهم لوسيلة إعلامية.(عبدالعزيز،عزة،2006،ص34).

وفي غياب دراساتٍ متخصصة حول مصداقيّة الصحف في الإعلام الأردنيّ، تسعى الدراسة الحالية للكشف عن درجة المصداقية التي تتمتع بها صحفنا اليومية الأردنية، ونظراً لما تحظى به الصحافة من أدوار ذات أهميةٍ في إطار علاقتها بالجمهور الأردني، فإنّ الأمرَ يبدو مهمّاً وضرورياً لقياس مصداقية الصحف، وتشخيص العوامل التي تواجه مصداقيّة الصحف اليومية.

وقد قسمت الدراسة الى ثلاثة ولقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسة، حيث تناول الفصل الأول: الإطار المنهجي ويتضمن: مشكلة الدراسة، وأهميتها، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وتساؤلات الدراسة ونظريات ونماذج الدراسة، كما تناول البحث الدراسات السابقة،

والتعليق على الدراسات السابقة، والتعليق عليها، والتعريفات الإجرائية ونوع الدراسة ومنهجها ومجتمع الدراسة وعينتها.

وتناول الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة، وقد قسمها الباحث إل ثلاثة أقسام

المبحث الأول:المراحل التاريخية لنشأة الصحافة الاردنية.

- مرحلة ما قبل الاستقلال.
- مرحلة الصحافة الأيديولوجيّة والتعددية.
- مرحلة اندماج الصّحافة.
- مرحلة التحوّل الديمقراطيّ.

المبحث الثاني: المصداقيّة ، ويشمل التالي :

- مفهوم المصداقيّة.
- أبعاد المصداقيّة.
- مكونات المصداقيّة في الصحافة.
- عناصر المصداقيّة في الصحافة.
- مقاييس المصداقيّة في الصحافة.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في مصداقيّة الصحف

- السياسات التحريريّة وعلاقتها بمتغير المصداقية.
- مفهوم السياسة التحريرية.
- علاقة سياسة التحرير بالواقع الاجتماعيّ.
- علاقة سياسة التحرير بالجمهور.
- علاقة سياسة التحرير بالرأي العام.

- علاقة السياسة التحريريّة بالسياسة الإعلانيّة.

أمّا الفصل الثالث: فتناول نتائج الدراسة، واشتمل على أداة البحث وإجراءات الصدق والمعالجة الإحصائية وعرض النتائج، واختتمها بمجموعة من التوصيات التي قد تسهم في رفع مصداقيّة الصحف اليوميّة لدى جمهورها.

وأخيراً لقد وضع الباحث قائمة المصادر والمراجع التي اعتمد عليها في جمع المعلومات المطلوبة عن الدراسة، والاستبانة كملحق مرفق معها.

مشكلة الدراسة

تعدّ مصداقيّة الإعلام أحدَ العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلاميّ على مختلف وسائل الإعلام وبالنسبة لكافة الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها، ولا شكّ أنّ هذه المصداقية لها أبعاد مختلفة منها ما يتعلق بالهيئة الإعلامية ذاتها والنظام الإعلاميّ الذي تمارس عملها من خلاله ومنها ما يتعلق بالقائمين بالعملية الإعلاميّة من إعلاميين وصحفيين وأخيراً المعلومات أو المضمون الذي تبثه هذه الوسائل .

كما تثير مصداقيّة الصحف عدة قضايا ملحة منها حجم ومستوى الرقابة التي تتعرض لها، وظاهرة التحيز الإعلاميّ وإشكالية القيم والمرجعيات الإخبارية وغيرها من القضايا .

وتتمثل مشكلة الدراسة في كون أنّ دراسات الجمهور تكاد تكون شبه معدومة في الدراسات الإعلاميّة التي أجريت عن الأردن من جهة، مع غياب شبه كاملٍ للمعلومات التي تشير لاتجاهات وتصورات الجمهور المحلي إزاء مدى المصداقيّة التي تتمتع بها وسائل الإعلام المحلية ومدى اعتماده عليها كمصدرٍ للمعلومات والأخبار وكمرجعٍ في تشكيل الآراء، وكذلك لوجود تصورات متباينة حول المكانة التي تتمتع وسائل الإعلام المحلية لدى الجمهور.

ومنْ هذا المنطلق، فإنّ مشكلة هذهِ الدراسة تسعى لتحديد اتجاهات وتصورات الجمهور المحليّ إزاءَ مصداقيّة الصحف اليوميّة، ومدى التزامها بمعايير وعناصر المصداقية من موضوعيةٍ ودقةٍ وثقة ونزاهة في التغطية، فضلاً عن الالتزام بالمعايير والأخلاقيات المهنيّة مع تطبيق هذه المعايير على الأداء الإعلاميّ .

أهميّة الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها لعددٍ من الاعتبارات هي :

أولاً : أهميّة المصداقيّة كونها تمثل المتغير الفاعل الرئيس في عملية الإقناع، وفي تحديد تأثيرات وسائل الإعلام في معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته، وتعديل اتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع، وخاصة في وقتنا الحالي حيث التحولات المتسارعة على الأصعدة السياسية والاقتصادية والفكرية والثقافية، والتي تتصدى لها وسائل الإعلام في الطرح والتفسير.

ثانياً : إنّ هذه الدراسة تكتسب أهميتها في كونها الأولى، التي تتناول تحديد مدى المصداقيّة التي تتمتع بها الصحف اليومية الأردنيّة.

ثالثاً : تسعى هذه الدراسة لتحديد أهمّ الصحف اليوميّة الأردنيّة المحليّة التي تحظى بمصداقيّة لدى الجمهور الأردنيّ، ومدى ارتباط المصداقيّة بقضايا معينة دون غيرها، فضلاً عن تحديد العوامل التي تشكل مصداقيّة الصحف اليوميّة الأردنيّة.

رابعاً : إنّ الدراسة الحاليّة، بما توفرهُ من نتائج وبياناتٍ إحصائية مستقلة في مجال مصداقية الصحف اليومية في الأردن، قدْ تكون مفيدةً لصنّاع القرار والمخططين الإعلاميين، يمكنهم على أساسها مراجعة مواقفهم وإجْراءاتهم كي يوفروا المناخَ الإيجابيّ الذي يجعل منْ وسائل الإعلام شريكاً حقيقياً في عمليات التنمية المتنوعة، وخاصة في ظلّ الانفتاح الاقتصاديّ العالميّ وتحولات السوق.

خامساً : تكمنُ أهمية هذه الدراسة في تطبيق **النموذج البنائي** لمستويات المصداقيّة بوصفه الرافد لأبرز التيارات الحديثةِ لدراسة مصداقيّة الصحف اليوميّة الأردنيّة، حيث يمكّننا من فهم تقييمات المصداقيّة المدركة من قبل الجمهور للصحف اليوميّة وفْقَ عددٍ من المستويات التي

تتفاعل مع بعضها البعض بشكلٍ رأسيّ أو أفقيّ مكونة الصورة النهائية لتقييمات المصداقيّة لصحيفةٍ ما بعينها.

سادساً: يتوقّع من هذه الدراسة أنّها ستمثل(بنتائجها) مرآةً ترى فيها المؤسسات الإعلامية المحلية والعربية تقييماً موضوعيّاً لمدى التزامها بالموضوعية والصدق ومدى ميلها إلى التحيّز والتزييف، ممّا يساعدها في تقويم سياسات التحرير والممارسة المهنية بها من خلال تدعيم الإيجابيات(مظاهر المصداقية كالوضوح والدقة وفصل الرأي عن الواقع والتعددية والشمول وتأكيد الثقة)، أو تلاشي السلبيات(مظاهر عدم المصداقية كالغموض والتهويل والتهوين وخلط الرأي بالواقع والأحادية والتحيُّز والتجزيء والتشكيك).

أهداف الدراسة

تتمحور هذه الدراسة حول عددٍ من الأهداف، وتمثل هذه الأهداف على النحو التاليّ:

- التعرّف على دوافع المبحوثين لمتابعة الصحف اليومية الأردنية.
- التعرّف على درجة مصداقية الصحف اليومية الأردنية لدى المبحوثين.
- التعرّف على السمات التي تجعل الصحف تحظى بالمصداقية لدى المبحوثين.
- التعرّف على مدى توافر هذه السمات في الصحف اليومية الأردنية.
- التعرّف على درجة ثبات هذه السمات في صحف الدراسة.
- التعرف على أثر درجة ثبات هذه السمات في صحف الدراسة.

تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

1) ما دوافع المبحوثين لمتابعة الصحف اليومية الأردنية ؟
2) ما درجة مصداقية الصحف اليومية الأردنية لدى المبحوثين ؟
3) ما السمات التي تجعل الصحف تحظى بالمصداقية لدى المبحوثين؟
4) ما مدى توافر هذه السمات في الصحف اليومية الأردنية؟
5) ما درجة ثبات هذه السمات في صحف الدراسة؟
6) ما أثر درجة ثبات هذه السمات في صحف الدراسة ؟
7) ما مقترحات المبحوثين لزيادة مصداقية صحف الدراسة ؟

فروض الدراسة

بناءً على مراجعة التراث العلميّ والدراسات السابقة المتعلقة (بمصداقيّة الصحف)، وتلك التي أجريت حول نظرية "المسؤوليّة الاجتماعيّة"، "والنموذج البنائيّ"، فضلاً عن إلمام الباحث بمشكلة الدراسة ومتغيراتها، وأيضاً إلمامه بخصوصيّة المجتمع الأردنيّ. وقد قام الباحث بصياغة مجموعة من الفروض التي تقيس الارتباطات والعلاقات التاليّة بين متغيرات الدراسة:

1. توجد فروق ذات دلالة ارتباطية في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية ؟
2. توجد علاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية ودرجة مصداقيتها لديهم ؟
3. توجد علاقة ذات دلالة ارتباطية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة التزامها بسمات المصداقية من وجهة نظرهم ؟
4. كلما زادت درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون كلما قلّت درجة متابعتهم لها ؟
5. توجد علاقة ذات دلالة إرتباطية بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية ؟

- **التعريفات الإجرائية (مصطلحات الدراسة)**

تعدُّ المفاهيمُ الإجرائيّة (همزة الوصل أو حلقة الاتصال) بين النظريّة والتطبيق، وتسهم في الإجابة على التساؤلات الخاصة بماهيّة الإجراءات، والمقاييس، وطرق القياس وإجراء المقارنات. وتتحدد المفاهيم الدراسيّة التي تستدعي التعريف التاليّ :

أولاً – المصداقيّة اصطلاحاً : تعرف المصداقية بأنّها :" درجة قابلية سلوك طرف معيّن لأن يصدقه الطرف الآخر، وفي المجال الإعلاميّ فإنّ تعريف المصداقيّة يتّجه صوبَ الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقويم مدى مصداقيّة المادة الإعلاميّة."(مصطفى،2003،ص 13-12)

وتعرّف المصداقيّة إجرائيّاً : بأنها المعالجة المهنيّة لتقديم المادة الخبريّة بموجب الأبعاد(المعايير والمؤشرات الخاصة بالمصداقية) التي يمكن من خلالها تقييم مدى مصداقيّة الصحف اليوميّة لدى الجمهور الأردنيّ، وتتضمن على النحو التاليّ:**الآنيّة**(حداثة الخبر وفورية النشر)، **الحريّة**(عدم وجود قيود حكوميّة تحدّ من إمكانيّة التعبير، وإبداء الرأي، وتقديم الأخبار بسقفٍ عالٍ من الحريّة)، **الموضوعيّة** (فصل الرأي عن الحقيقة، والتجرّد والنزاهة والحياد والتوازن في نشر الصحف للجمهور)، **الثقة** (الموثوقية في مصدر الصحف اليومية، بحيث تحظى بثقة الجمهور) **الشمول** (تقديم عناصر الخبر الصحفيّ والتفاصيل الكافية عن الحدث) **الدقة** (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات، تقديم الأخبار بدقّةٍ) **القرب من الحدث**(تقديم الصحف اليومية الخبر القريب والمهم للجمهور)،**الخبرة** (المعرفة الواسعة في مجال الإعلام) **الأمانة**(تقديم الصحف اليوميّة الخبر كما هو دون تشويه)، **التوازن**(تحقيق مبدأ التكافؤ في عرض وإبداء وجهات النظر حول القضية أو الأحداث)، **الوضوح** (اللغة المستخدمة في نشر الأخبار واضحة، عدم اللجوء إلى استخدام عبارات قد تؤدي إلى لبس في

الأخبار لدى المتلقي)، **الاستقلاليّة** (عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)، **المسؤولية الاجتماعيّة** (تناول الأحداث التي تمسّ مصالح الجمهور)، **الكفاءةُ** (إذاعة الأخبار بمهنيّة عالية)، **الحياد**(تقديم الصحف اليومية الخبر دون الانحياز من طرف المرسل)،**الأمانة**(تقديم الصحف اليوميّة الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة).

ثانياً- الصحف اليوميّة الأردنيّة: هي"الصحف الأردنيّة التي تصدر في المملكة الأردنيّة، يوميّاً وتشمل (الدستور،الرأي،العرب اليوم،الديار،الغد،الأنباط،السبيل،Jordan times)، وتقوم هذه الصحف بعرض الموضوعات المختلفة المحليّة والعربيّة والدوليّة."(نجادات،أبحاث اليرموك،2006).

نظريتا الدراسة

تستفيد الدراسة من أكثر من نموذجٍ ونظريّةٍ تتناول بعض جوانب مصداقية الصحف ومن بينها، حيثُ يأتي متغير المصداقيّة إذاً كعاملٍ حاسم في تحديد مصداقيّة ما تطرحه تلك الوسائل من أحداثٍ وقضايا، ولذلك فإنّ هذهِ الدراسة تقوم على نظريتيْن :

(1) نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة (Social responsibility theory):

تنطلق هذه الدراسة في إطارها النظري من معطيات نظرية المسؤولية الاجتماعيّة والأخلاقية لوسائل الإعلام، حيث تقدم إطاراً اجتماعياً وأخلاقياً ينبغي أن تعمل في ظله وسائل الإعلام، كما تفيد الأطر المختلفة التي تقدمها هذه النظرية في توجيه وسائل الإعلام وتطوير أدائها على المستوى الوظيفي والأخلاقي، ويتطلب ذلك تسليط الضوء على مفهوم هذه النظرية ودوافع ظهورها والمقولات التي تشكل عماد هذه النظرية، وأبعادها المختلفة، ورؤية النظرية للضوابط الأخلاقية المختلفة التي تحكم عمل وسائل الإعلام، والانتقادات الموجهة إليها، إضافة

إلى كيفية توظيف هذه النظرية لتحقيق أهداف البحث، وسبل تطوير القياسات المنهجية التي تلائم توظيف النظرية للإجابة عن تساؤلات وفروض الدراسة.(خليل، 2003، ص747)

تقوم هذه النظرية على أساس المقولة المنطقية التالية: إن من يتمتع بالحرية، يجب أن يكون عليه التزامات معينة إزاء المجتمع. وبما أن الدستور يكفل حرية وسائل الإعلام، فإن هذه الوسائل ملزمة بأداء مهام جوهرية معينة، صحيح أن النظرية الليبرالية في الصحافة كافية ما دامت وسائل الإعلام تقوم بالتزاماتها، أما إذا ما قصرت هذه الوسائل، أو انحرفت، فإن هيئات أخرى،ومنها الحكومة، يجب أن تجعلها ترتفع إلى مستوى مسؤولياتها.(خضور،2000، ص17)

ظروف نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام

بداية يجب التنويه إلى أن أفكار العديد من المفكرين مهّدت لبروز نظرية الحرية والفكر الليبرالي الذي بدأ يحكم العمل الصحفي عقب الثورة الفرنسية ، حيث تضمن ميثاق الثورة الفرنسية حق كل مواطن في أن يكتب ويطبع ما يشاء في حرية تامة ، كما أعقبت ثورة التحرير في الولايات المتحدة صدور الدستور الذي نص على عدم حق الكونجرس في إصدار أي تشريع من شأنه أن يحد من حرية الأفراد في التعبير عن آرائهم بأي وسيلة. (مكاوي،1994،ص66)

وبمقتضى النظام الليبراليّ في الصحافة ، أصبحت الصحافة حرة تتمتع بحرية كاملة دون أية قيود من خارجها ، وأصبح للأفراد حق إصدار الصحف طالما كان ذلك في إمكانهم ، ومنعت الرقابة السابقة واللاحقة من جانب الحكومة على الصحف، واكتسبت الصحافة في ظل نظرية الحرية خلال القرنين الثامن والتاسع عشر أهمية كبيرة لدى الرأي العام وأنظمة

الحكم،وأسهمت الصحافة بشكل واضح في زيادة قدرة الجماهير على اتخاذ القرارات السليمة تجاه المشكلات والقضايا المختلفة .(المرجع السابق، ص66)

إلا أنّ الصحف أساءت استخدام الحرية الممنوحة لها في النصف الثاني من القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين في دول أوروبا الغربية والولايات المتحدة، حيث زاد التنافس بينها من أجل زيادة التوزيع وقل الاهتمام بالشؤون العامة والقضايا الجادة، في نفس الوقت الذي بدأت تركز فيه على الموضوعات الجنسية والفضائح والموضوعات الخفيفة، وهو الأمر الذي جعل الصحف أدوات للإثارة والتسلية، كما استباحت الصحف لنفسها انتهاك حرمة الحياة الخاصة وهو ما جعل التدخل بالتشريع لحماية حرمة الحياة الخاصة للمواطنين ضرورة مجتمعية مشروعة ، وفي هذا الإطار تزايد اتجاه الصحف الدول الغربية إلى التخلي عن المعايير المهنية في الأداء الصحفي وهو الأمر الذي أدى إلى تفاقم أزمة الصحافة وبروز أهمية نظرية المسؤولية الاجتماعية كحل لأزمة الصحافة. (صالح،1991، ص770- 771)

وتبلورت نظريّة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام عقب صدور تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية عام 1947، والذي حذر من التجاوزات الكبيرة للصحف الأمريكية، والتي تنعكس بالضرر على المجتمع وأسهمت جهود كل من cristians،elliot،mirrel،petterson،rivers،gerald، في استكمال لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام.(محمد حسام الدين،1991-1994،ص2)

وتقوم فكرة نظرية المسؤوليّة الاجتماعية لوسائل الإعلام على التوازن بين الحرية والمسؤولية، حيث أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام الإعلاميّ الليبراليّ مبدأيْن جديدين يتمثلا في ضرورة وجود التزام من جانب الإعلاميين بمجموعة المواثيق الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع، كما أنّ على الإعلام واجبٌ

اجتماعي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى.(أبو زيد، 1986، ص7) فنظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة، التي انبثقت عن نظريّة الحرية،فإنّها تستند إلى فكرةٍ أساسيّة مفادُها أنّ حريّة الصحافة يقابلها مسؤولية نحو المجتمع، وفي حال تقصير الصحافة في القيام بمسؤولياتها الاجتماعيّة وانحرافها عن وظائفها الأساسيّة في الاتصال الجماهيريّ،لأيّ سببٍ كان، فلا بدّ من وجود جهاتٍ رقابية للتأكد من تعديل مسارها.(الموسى،2012، ص 111)

أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام :

تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد أساسية، يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء، ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي.

فعلى **مستوى الوظائف** التي ينبغي أن تقومَ بها وسائل الإعلام المعاصرة وفقَ نظرية المسؤوليّة الاجتماعيّة، فإنها تشملُ الوظيفة السياسية من خلال إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى، والوظيفة التعليمية عن طريق إتاحة الحكومة والقوى السياسية الأخرى، والوظيفة التعليمية عن طريق إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار، والإعلام من خلال ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة، والوظيفة الثقافية، والوظيفة الاقتصادية التي تهدف إلى تعريف الأفراد بالسلع والخدمات، إضافة على إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية كالبيئة والموارد والسكان ومشكلات التصحر وجرف التربة وطبقة الأوزون، والتصدي للأفكار الشوفينية والنعرات القومية التي تهدد الاستقرار العالمي.(محمد حسام الدين،1996 ص81)

ويهتم **البعد الثاني** لنظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة بمعايير الأداء الإعلامي، والتي تشمل المعايير الأخلاقية للفرد، إضافة إلى معايير الوسائل الإعلاميّة ومواثيقها الأخلاقية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الصحفية المختلفة، إضافة إلى مجموعة التشريعات والقوانين التي تحكم نظم وسائل الإعلام، وتشكل معايير الأداء الإعلامي في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي تحتّم على الإعلام أن يقوم بواجبهِ تجاه المجتمع كما ينعم بحقه في الحرية، ويتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني الأول الذي يوجه عمل وسائل الإعلام في ضرورة تقديمها لتغطية إخبارية ومعالجة إعلامية للموضوعات والأنشطة والقضايا المختلفة في إطار من الموضوعية والتوازن في عرض الحقائق والمعلومات والأفكار والآراء التي من شأنها أن تدعم الديمقراطيّة وتضمن مشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية.(جيهان رشتي ،2000، ص9)

ويتصل بالضوابط الأخلاقية والقانونية ضرورة احترام وسائل الإعلام لخصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة، فلا ينبغي أن تسعى وسائل الإعلام إلى اقتحام حياة الأفراد الخاصة، والتي من شأنها أن تربك حياة الأفراد وتشهر بهم أمام الرأي العام.(ليلى عبد المجيد،1999، ص55)

وينبغي أن تحافظَ وسائل الإعلام على حق المتهم في محاكمة عادلة أثناء نشرها للجريمة والتحقيق فيها إعلاميا، فالتغطية الإعلاميّة غير الرشيدة قد تتسبب في حرمان المتهم من محاكمة عادلة، كما أنها تشكل الرأيَ العام ضد المتهم قبل صدور حكم القضاء ولا سيما في جرائم القتل والاغتصاب والفساد، وكثيراً ما تصدر أحكام القضاء التي تبرئ بعد ان أدانته وسائل الإعلام وعبئت الرأي العام ضده. (Erik p. bucy, 2002,289-290.)

إضافة إلى ما تقدم من ضوابط أخلاقية وقانونية تنظم العمل الإعلامي، فإنّ وسائل الإعلام مطالبة بعدم الخروج على قيم المجتمع وأخلاقياته فيما يتصل بنشر المواد والمضامين الجنسية، فنشر هذه المواد من شأنه أن يساعد على الخروج عن القيم الاجتماعية، ويلحق الضرر بالقيم الدينية ويشجع على الرذيلة، فالإعلام مطالب بحماية الآداب العامة ضد الأعمال الفاحشة، وقبل أن يرتبط هذا الموضوع بالقوانين الموضوعية فهو يرتبط بشكل أساسي بضمير الإعلامي وحدود مسؤوليته الاجتماعية ، وإحساسه المهنيّ بمدى ما يمثله ذلك من خطر حقيقي على المجتمع.

ويتصل **البعد الثالث** لنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام **بالسلوكيات** التي ينبغي مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية ، أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم .

وتنقسم القيم المهنية إلى قيم خاصة بجمع وتحرير المادة الخبرية، وقيم مهنية تتصل بالمعالجة الإعلامية، فعلى مستوى الأخبار ينبغي أن يحرص الإعلاميون على مراعاة الحفاظ على احترام حق الأفراد في الخصوصية باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها وسائل الإعلام، ليس معنى ذلك أن تتستر وسائل الإعلام على الممارسات غير الشرعية للأفراد أو المسؤولين، ولكن يقصد بذلك أن يحافظ الإعلاميون على تفاصيل الحياة الخاصة للأفراد داخل منازلهم وعد الخروج بها إلى العلن .(Erik p. bucy, 2002,289-290).

ويتصل أيضاً بالقيم المهنْية الخاصة بجمع وتحرير المادة الخبرية ضرورة حفاظ الإعلاميين على المعلومات السرية التي يمكن أن يؤدي نشرها إلى الضرر بالأمن القوميّ للبلاد، ولا ينبغي أيضاً على الإعلاميين اللجوء إلى وسائل غير أخلاقية أو غير مشروعة لدفع

مصادر المعلومات للحديث أو الإدلاء بمعلومات، حيث لا يتفق ذلك مع القيم الأخلاقية للمهنة.(محمد حسام الدين، ص 125- 128).

وعلى مستوى القيم المهنية التي تحكم المعالجة الإعلاميّة للموضوعات والقضايا والأحداث، فإنها وفقا لمعطيات نظريّة المسؤوليّة الاجتماعيّة تشمل الصدق (الصدق الذاتي، صدق القول، صدق الفعل) والدقة، والشمول (خلفية الحدث، الأشخاص الفاعلين، طبيعة الظروف المكانية والزمانية، الأبعاد السياسية والاقتصادية المحيطة بالحدث/القضية)، والموضوعية بأبعادها المختلفة (الإسناد، التوازن، فصل الخبر عن الرأي، اللغة المستخدمة).

ويعدّ مفهوم الموضوعيّة أكثر المفاهيم الجدلية التي تثيرها نظرية المسؤوليّة الاجتماعية لوسائل الإعلام ، حيث يرى البعض أنّ الموضوعية الكاملة مفهوم غير موجود في الواقع، لأنه يستحيل تقديم معالجة إعلامية للأحداث بدون تفسير، ولكنّ الواقع يفرض الحديث عما يمكن تسميته بالموضوعية النسبية، والتي يمكن تحقيقها بوسائل مختلفة.(JoelRudinow & Anthony 2002,PP.95 -96)

ويتكون مفهوم الموضوعية من ستة عناصرٍ أساسيةٍ وفق رأي أحد الباحثين (صالح، 2001، ص69- 148، ص 135) تشمل تقديم الحقائق، وتوضيح مصادر المعلومات، والفصل بين الخبر والرأي، والحياد، وعدم التحزب، والتوازن في عرض وجهات النظر.

وتنص المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤوليّة الاجتماعيّة على الركائز التالية :

(Mc quail, D., 3rd ed (1994) pp. 123 – 126 (صالح، 2005، ص 104- 105)

1. أنّ الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للمجتمع.
2. أنّ هذه الالتزامات يمكن تنفيذها من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.

3. من أجل تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتيّ .

4. أنّ الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أية إهانة إلى الأقليات.

5. أنّ الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحقّ الردّ.

6. أنّ للمجتمع حقاً على الصحافة هو أن تلتزم بمعاييرَ رفيعة في أدائها لوظائفها .

7. أنّ التدخل العام يمكن أن يكون مبرّراً لتحقيق المصلحة العامة(McQuail . D., op. cit,pp.116-118)

ويلاحظ أنّ أهمّ الحلول التي قدمتها هذه النظرية هي التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، وقد تمثّل هذا الحل في عدد كبير من الأفكار من أهمها:

1. إنشاء مجالس للصحافة تكون مهمتها المحافظة على حرية الصحافة، والمحافظة على أرفع المعايير المهنيّة للصحافة، وبحث شكاوى الجمهور ضد الصحف .

2. إصدار مواثيق أخلاقية مهنية، يقوم الصحفيون أنفسهم بإصدارها عبر منظماتهم المهنية مثل النقابات والاتحادات التجارية، أو من خلال مجالس الصحافة .

3. أن تقوم الوسائل الإعلامية نفسها بإصدار مواثيق أخلاقية .

4. نظام الأمبودسمان وينقسم إلى :

- **الأمبودسمان العام:** طبقاً للنموذج السويدي، والذي تشترك فيه جميع الصحف السويدية، ويقوم ببحث شكاوى الجمهور ضد الصحف ... وهو جهاز يرأسه شخص يتمتع بفهم دقيق لأخلاقيات الصحافة، والقضايا المتعلقة بها ويعمل الأمبودسمان إلى التوصل إلى حلّ لأي نزاع بين المواطن والصحيفة .

- **الأمبودسمان الخاص:** حيث تقوم الوسيلة الإعلاميّة بتعيين أمبودسمان مهمته أن يبحث شكاوى المواطنين ضد هذه الوسيلة، وأن يكتب عموداً ينتقد فيه الصحيفة، بالإضافة إلى رفع تقارير للمسؤولين عن الوسيلة الإعلاميّة تبين الأخطاء المهنية والأخلاقية التي وقعت فيها الصحيفة.

توظيف نظرية المسؤوليّة الاجتماعيّة لخدمة أغراض البحث:

يستفيد البحث من نظرية المسؤوليّة الاجتماعيّة في عدة أوجه يأتي في مقدمتها اختبار الوظائف التي تقدمها الصحف اليومية الأردنية تجاه جمهورها من حيث المصداقية في ضوء الوظائف الأساسية التي حددتها النظرية لوسائل الإعلام، لمعرفة درجة التركيز على وظائف بعينها دون وظائف أخرى، وذلك بدراسة الموضوعات والقضايا التي تعالجها الصحف اليومية الأردنية تجاه جمهورها في عينة الدراسة.

كما تستفيد هذه الدراسة من معطيات النظرية الخاصة بأبعاد المسؤولية الأخلاقيّة لوسائل الإعلام لمعرفة حدود وأبعاد المسؤولية الأخلاقية في الصحف اليومية الأردنية في عينة الدراسة، بهدف التعرف على درجة التركيز على جوانب ومسؤوليات أخلاقية معينة دون أخرى إضافة إلى التحقق من درجة الالتزام الأخلاقيّ والمهني في إعداد وتقديم الوجبة الصحفية لجمهوره.

إضافةً إلى ما تقدم، يمكن الاسترشاد بمقولات نظرية المسؤوليّة الاجتماعية في معرفة أبعاد المسؤولية المهنية لمصداقية الصحف اليومية ، وذلك على مستوى الإعداد والتحليل ، بهدف معرفة درجة المسؤولية المهنية للإعلاميين المشاركين في إعداد وتحليل وتفسير مصداقية الصحف في عينة الدراسة.

ثانياً:(2) نظريّة النموذج البنائيّ **(Constructivist theory of the form):**

تقوم نظرية النموذج البنائيّ بدراسة المتغيرات المختلفة التي تؤثر في قابلية الجمهور لتصديق وسائل الإعلام ورصد وتحليل متغيرات الدراسة والعلاقات القائمة بينهما، كما يمثل هذا النموذج البانيّ لمستويات المصداقيّة تحولاً من دراسة المصداقيّة أحاديّاً منفرداً عن غيره إلى متغير متعدد الأبعاد ويرتبط بمكونات العمليّة الاتصاليّة وعناصرها ومتغيراتها المختلفة (العبد الله،2006،ص76).

وتعنى هذه النظرية بدراسة كيفيّة اكتساب الناس لأشكال السلوك المختلفة والتي تتمّ نتيجة لعملية التعلّم التي تحدث في إطار بيئة اجتماعيّة محددة. وتركز على تعرض الفرد وتأثره بنماذج السلوك التي تقدمها وسائل الإعلام مما يدفعه لتبنيّ بعض هذه النماذج. (المشاقبة،2011،ص55)

وتقوم هذه النظرية على أنّ تنظيم المجتمع وبنائه هو ضمان استقراره، وذلك نظراً لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكلٍ متوازنٍ يحقق الاعتمادَ المتبادل بين هذه العناصر.

فالبنائية تشير إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر. (Hiebert,.1988.p.37)

النموذج البنائي لمستويات المصداقيّة الذي يعدّ الرافد النظري الأبرز والأكثر رصانة ضمن تيار الاتجاهات العلميّة لبحوث المصداقيّة، حيث يسمح هذا النموذج بدراسة المتغيرات المختلفة التي تؤثر في قابلية الجمهور لتصديق وسائل الإعلام ورصد وتحليل متغيرات الدراسة والعلاقات القائمة بينها ، كما يمثل هذا النموذج البنائي لمستويات المصداقيّة تحولاً من

دراسة المصداقيّة أحادياً منفرداً عن غيره إلى متغير متعدد الأبعاد ويرتبط بمكونات العمليّة الاتصاليّة وعناصرها ومتغيراتها المختلفة.(صلاح الدين، خالد، 127،2006-139)

ويعتبر النموذج البنائيّ لمستويات المصداقيّة نتاجاً لثلاث مداخل رئيسةٍ في إطار تيار الحديث في بحوث مصداقية وسائل الإعلام وبوصفها المقدمات النظريّة المقدمات النظريّة والمنهجية التي أنتجتْ النموذج البنائيّ للمصداقيّة وهي:المدخل المؤسسيّ، المدخل التأثيريّ، المدخل الفرديّ.

المداخل البحثيّة التي أنتجت النموذج البنائيّ:(المرجع السابق ، ص45).

أولاً : المدخل المؤسسيّ :

نظر هذا المدخل لوسائل الإعلام باعتبارها مؤسسات تضم بداخلها العديد من الكوادر المهنّيّة التي تعمل بداخلها مقدمة مخرجات تعكس صورة أقرب للواقع الذي نعيشه، ولكن وفق عددٍ من المتغيرات التي تتدخل في عمل تلك المؤسسات والممارسات المهنّيّة لها، كالنظام السياسيّ الذي تعمل به في إطاره الوسيلة والنظم الفرعية التي تحكمها وخصائص العاملين بها، بالإضافة إلأى التأثيرات الأيديولوجية الناتجة عن الفكر الذي تتبناه تلك المؤسسات.

وتؤثر هذه المتغيرات في الصورة الذهنيّة المنطبعة لدى الجمهور المتلقي عن تلك المؤسسات، وتشكل استجاباته المعرفيّة والوجدانية والسلوكية تجاه ما تقدمه من مضامين وأفكار، بل وتحدد نمط استخداماته لتلك الوسائل وتقييماته للمصداقيّة الخاصة بها.

ثانياً : المدخل الفردي :

ينصب التركيز في هذا المدخل على الخبرات الشخصيّة للجمهور ومدى تأثيرها في تقييماته الخاصة لمصداقيّة وسائل الإعلام .

وتتأثر تقييمات مصداقية وسائل الإعلام أثناء تغطيتها أثناء تغطيتها لبعض القضايا والأحداث حسب خبرات الجمهور معها، ويتعامل الجمهور مع وسائل الإعلام وفقَ تصوراتهِ الخاصة التي تعتمد على خبراتهِ تجاه هذه الوسائل وما تقدمهُ من معلوماتٍ .

ثالثاً : المدخل التأثيريّ :

يتناول المدخل التأثيريّ المصداقيّة باعتبارها متغيّراً وسيطاً له كما يتناول التأثير على معارف الجمهور واتجاهاته نحو هذهِ الوسائل وما تقدمه من مضامين .

وتكمن أهمية متغير المصداقيّة كونه يعمل كمؤشرٍ فاعل في عمليّة الإقناع، حيثُ أنّ ثقة الجمهور في وسيلة معينة يؤدي إلى إقناعهِ بما يقال داخلها، وبالتاليّ يلعب الإقناع دوراً في عملية تغيير الاتجاه لديه .

مكونات النموذج البنائيّ لمصداقيّة وسائل الإعلام : (صلاح الدين، المرجع السابق، ص25)

يعد النموذج البنائيّ رؤية نظريّة ومنهجيّة تكامليّة ومحصلة للمداخل البحثية الثلاث سالفة الذكر،إذْ ينطوي على عناصر ومتغيرات المدخل المؤسسيّ والمدخل الفردي والمدخل التأثيريّ في بحوث المصداقيّة .

وفي ضوْء تلك المداخل البحثيّة يطرح النموذج البنائيّ أربع مكونات رئيسيةٍ لمصداقيّة وسائل الإعلام، على النحو التالي :

1) **المتغيرات السابقة أو المتقدمة(The antecedent variables):**التي تؤثر بدورها في مستويات المصداقيّة لدى الجماهير وتشتمل على تأثيرات النظم الحاكمة والتوجهات الإيديولوجيّة والسياسات التحريريّة لصحف اليوميّة وضغوط روافد التمويل، فضلاً عن التحيزات المسبقة لدى القائم بالاتصال وثقافته وكفاءته المهنيّة .

2) **المتغيرات الوسيطة(The contingent techniques)**:وهو المتغير الذي يلزم وجوده حتى يمكن المتغير المستقل أنْ يوثر في المتغير التابع.(الوفائي،1989،ص 29)

وتتمثل تلك المتغيرات في استخدامات الصحف اليوميّة، وتحيزات الجمهور المسبقة وَخبرته المباشرة وكذلك خبراته مع الصحف عبر الزمن، فضلاً عن مدى اعتمادِهِ على تلك الصحف بوصفها الرافد الأول لاستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة .

3) **مستويات المصداقيّة(The credibility levels)**: وتنطوي على ترتيب تصاعدي من المستوى الأكثر عموميّة والمرتبط بالتصديق العام للصحف اليومية، إلى المستوى المتعمق والأكثر تحديداً والذي يرتبط بالقضايا والأحداث ومصادرها وقدر الثقة الكائن لدى الجماهير عن القائمين بالاتصال من محررين وكتّابِ صحفيين .

4) **أساليب القياس(The measurement techniques)**: وتشتمل على أساليب القياس الكميّ والكيفيّ، فضلاً عن تكنيكات القياس من الناحية المنهجية والتي تشتمل بدورها على نمط القياس النسبي للمصداقية مقابل قياس نمط الأكثر دقةً وعمقاً وهو ما يعرف بالتصديق المطلق أو المتعمق.

ويطرح النموذج البنائيّ في المستوى الأول الخاص بالتصديق العام لوسائل الإعلام، متغيراً بالغ الأهمية يتعلق بطبيعة الوسيلة The Media Tipe، ومدى تأثيره في قابلية الجمهور، وهذه الوسائل إمّا تقليدية أو الكترونية والوسائل التقليدية ممثلة في الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون مقارنة بالوسائل الحديثة ممثلة في شبكة الانترنت وتعدُّ تلك المقارنات بمثابة مواكبة للتطورات العالمية التي تشهد عصر المعلوماتية بمظاهره المرتبطة بتنامي التقنيات الرقمية والنشر الالكتروني للمعلومات .

ويشير الباحثون المهتمون بالدراسات المقارنة بين وسائل الإعلام إلى أنّ الوسائل التقليدية ما زالت هي الأصدق لدى الجماهير، حيث تخضع (الكتب، والصحف الورقية، والمجلات) قبل وصولها للجماهير إلى ضوابط وإجراءات؛ لضمان صدقها وذلك في ضوء القواعد والسياسات التحريرية فضلاً عن معايير حراسة البوابة، على حين لا تستخدم مواقع الانترنت في معظمها تلك القواعد والمعايير، مما يمثل إشكالية تهدد مصداقية تلك الوسيلة التقليدية(الصحافة الورقية) لدى الجمهور.

ومن الناحية المنهجية يميز النموذج البنائيّ ما بين نمطين من أنماط قياس مصداقيّة الصحف، أولهما (سليم، 2008، ص203-247)

- **التصديق النسبيّ (The relative credibility)**: الذي يقارن ما بين مستويات ثقة الجمهور في وسائل الإعلام المختلفة أثناء التعرض لمعلومات متضاربة حول الموضوع أو القضية المثارة بتلك الوسائل .

- **التصديق المطلق أو المتعمق (The absolute credibility)**: وهذا التصديق يتم على مرحلتين لقياس ثقة الجمهور في الوسيلة المعينة، ثم إحكامه على أنماط الممارسة الإعلامية لتلك الوسيلة من خلال مقياس محكم يتضمن درجات من التقييم قد تصل إلى ثماني أو عشر نقاط ترجيحية .

ومن الناحية الإجرائيّة يحدد منظرو النموذج البنائيّ أربعة مستوياتٍ تتابعية لقياس مصداقيّة وسائل الإعلام، وذلك على النحو التالي: (عبد الحميد،2000،ص 118)

1. المستوى الأول: ويتمثل في قياس مصداقية(صدقيّة) وسائل الإعلام .
2. المستوى الثانيّ: ويتمثل في قياس مصداقية وسائل الإعلام في ضوء مكونات المصداقيّة .

3.المستوى الثالث: وينصب حولَ التمييز والمفاضلة بين وسائل الإعلام، من حيث ثقة أفراد الجمهور.

4.المستوى الرابع: ويمتدّ هذا المستوى إلى قياس إدراك الجمهور لمصداقيّة وسائل الإعلام في تناولها الإخباري للأحداث والقضايا البارزة.

يمكن تقسيم الدراسات المتعلقة بالمصداقية إلى نوعيْن من الدراسات، هي الدراسات العربية و الدراسات الأجنبية مرتبة ترتيباً تاريخياً من الأحدث إلى الأقدم:

1. **أولاً: الدراسات العربية:**

- دراسة العزام (2013)، **"مصداقية أخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكوميّة والخاصة"** .

هدفت هذه الدراسة الاستطلاعية إلى الكشف عن آراء عينة تكونت من 194 صحفياً

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أبرزها:

1. تدنّي مصداقية الأخبار التلفزيونية في كلّ من القنوات الحكوميّة والخاصة بشكل عامّ، إلاّ أنّ درجة مصداقية الأخبار التلفزيونيّة في القنوات الخاصة كانت أعلى من درجة مصداقية نظيراتها في القنوات الحكوميّة.
2. وجود علاقة طرديّة بين مدى الاعتماد ودرجة مصداقية الأخبار لكل من القنوات الحكومية والخاصة، أي بمعنى تزايد درجة المصداقية مع تزايد مدى الاعتماد .
3. وجود علاقة دالة إحصائياً بين مصداقيّة الأخبار التلفزيونيّة وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزيونية .

- دراسة السلعوس (2011)، **"الصحافة الأردنية بين الضغوط المهنية وتأدية المهنة("الغد"، "العرب اليوم" نموذجاً).**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم الضغوط التي يتعرض لها الصحفي في الصحف اليوميّة الأردنيّة في أثناء تأدية المهنة، كما وتناقش هذه الدراسة الضغوط التي يتعرض لها الصحفيون في صحيفتي "الغد"، "العرب اليوم"، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الميداني؛

باعتبارهِ نمطاً من الدراسات الوصفيّة الملائمة لإجراء هذه الدراسة، واختار الباحث عينة الدراسة بوساطة العينة العشوائية البسيطة، مستخدماً أسلوب القرعة، وقد استخدمت الاستبانة كأداةً للحصول على المعلومات والآراء المتعلقة بالمشكلة مدار البحث، حيث تم توزيع(14) نسخة منها على(14) صحفيّاً وصحفيّة يعملون في "الغد" ،"العرب اليوم".

وقد أسفرت عن عددٍ من النتائج، من أبرزها:

1. أنّ غالبية الصحفيين في الصحيفتين يحملون شهادة البكالوريوس في تخصصات غير الصحافة والإعلام، وأن نسبة المتخصصين منهم في الصحافة والإعلام تصل إلى(43،2%)، وأنّ(45،4%) منهم لا يتقنون اللغة الانجليزية.
2. أنّ ما نسبته(55،7%) منهم لا علم لهم بالتوجهات السياسية للصحيفة التي يعملون فيها، علاوةً على أنهم غير منتمين لأحزاب سياسية، وادعى ما نسبته(46،6%) بالحياد والموضوعية وبضعف الأحزاب على الساحة الأردنية.

– دراسة العزام وخزنة كاتبي(2010)،وعنوانها"**اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلاميّ** "

هدفت هذه الدراسة الاستطلاعية إلى الكشف عن اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية إزاءَ عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصاديّة والاجتماعيّة والسياسية والأمنية، والكشف عن العلاقة بين هذه الاتجاهات وبين الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الجمهور العام، وهي دراسة مسحية، وشملت عينة طبقة عشوائية مكونة من 1800مفردة، وموزعة على أقاليم المملكة الثلاث،وفقاً لعدد السكان، واعتمد الباحثان المنهج المسحيّ بشقيّه الوصفيّ والتحليليّ.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ مصداقيّة وسائل الإعلام الأردنيّة في نشر الأخبار وتناول الأحداث كانت بدرجة "متوسطة" من وجهة نظر أفراد العينة .وكان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبياً، على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنيّة والبرلمان ، بخصوص عدد من الموضوعات .
2. أنّ هناك ضعف للدور الرقابيّ لوسائل الإعلام الأردنيّة والبرلمان،"وهيمنة" الحكومة على وسائل الإعلام الأردنيّة، وفرضها بعض القيود على حريّة وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

- دراسة الدوخيّ(2011)،"مصداقيّة وسائل الإعلام لدى الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الجمهور في مصداقيّة وسائل الإعلام الإماراتية، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الميدانيّ؛ وذلك لندرة الدراسات الخاصة في الدولة .وتكونت عينة البحث 400مفردة من الجمهور في دولة الإمارات ممن يمثلون الإمارات السبع في دولة الإمارات.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ من أهم العناصر المعززة للمصداقيّة هي توثيق المعلومات ونسبتها لمصدرها، وتنويع اجتماعات الصحيفة وآنية أخبارها، والتحلي بالموضوعية والحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصاءات .
2. أنّ أكثر الوسائل الإعلاميّة متابعة من قبل الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة هي التلفزيون ثم الصحف، بينما قل اعتماده على الانترنت وغيرها من الوسائل الإعلاميّة.

3. أن هناك اختلافات ذات دلالة معنوية بين جمهور الدراسة في متابعته لوسائل الإعلام المحليّة بحسب عدة متغيرات ديموغرافيّة .

– دراسة السيد(2010)،" **مدى تأثير التشريع الصحفي على اتجاهات القرّاء نحو مصداقيّة المضمون في الصحف القوميّة المصريّة** ".وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى إقبال الجماهير على الصحف القوميّة ومدى ثقتهم بها، واعتمادهم عليها، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة مصداقيّة القرّاء فيما تقدمه الصحف القومية ومدى ثقته بها، وقد استخدم الباحث في دراسته منهج تحليل المضمون.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ مصداقيّة الصحف القوميّة تعاني من حالة من التشكيك فيها من قبل قرائها.
2. أنّ القرّاء يفضلون الاعتماد على الصحف الأخرى أكثر من اعتمادهم على الصحف القوميّة، إلاّ أن الصحف القوميّة هي الأكثر مقروئية بالنسبة للقراء.
3. أثبتت الدراسة إلى وجود اتفاق في اتجاهات القرّاء العلنيّة نحو مصداقية مضمون الصحف القوميّة، ومدى تأثير التشريع على المضمون في الصحف القوميّة، ومدى ثقتهم بها، ومدى التزام الصحف القوميّة بالأمانة في التغطيّة.
4. وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين قياس اتجاهات القرّاء المباشر، وقياس الاتجاهات الغير مباشر نحو مصداقيّة مضمون الصحف القوميّة ومدى تأثير التشريع الصحفي عليه.

– دراسة موسى(2008)، عنوانها: " **مصداقيّة الصحافة اليمنيّة لدى الصفوة "(دراسة ميدانيّة)**.هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء رأي الصفوة حول مصداقية الصحافة اليمنيّة ومدى التزامها بتحقيق معايير المصداقيّة من صدق وموضوعيّة وشفافية ودقّة في ما تنشره من

أخبار، وما تقوم بهِ من تغطيات صحفيّة، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من 400 مفردة، واعتمدت الباحث في دراسته صحيفة(الاستقصاء) كأداة لجمع البيانات.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. تدنّي مصداقية الأخبار التلفزيونية في كلّ من القنوات الحكوميّة والخاصة بشكل عامّ، إلاّ أنّ درجة مصداقية الأخبار التلفزيونيّة في القنوات الخاصة كانت أعلى من درجة مصداقية نظيراتها في القنوات الحكوميّة

2. أنّ من أهم العناصر المعززة للمصداقيّة هي توثيق المعلومات ونسبتها لمصدرها، وتنويع اجتماعات الصحيفة وآنية أخبارها، والتحلي بالموضوعية والحصول على الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصاءات .

- دراسة النجّار،(2007) "**مصداقيّة الصحف المصريّة لدى النخبة السياسية: دراسة حالة للتغطية الصحفيّة للانتخابات البرلمانيّة في مصر**". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على رأي النخبة السياسية واتجاهاتهم حول مصداقيّة التغطية الصحفية في الصحف المصرية للانتخابات البرلمانية2005، من أجل رصد معدل تعرض النخبة السياسيّة لكل من الصحف القوميّة والحزبيّة والخاصة، واستخدم الباحث في دراسته منهج المسح بشقيه الوصفيّ والتحليليّ في مستواه المتعلق بمسح الجمهور من خلال تطبيق صحيفة(الاستقصاء) واختار الباحث(العينة العمديّة) غير الاحتماليّة قوامها 200 مفردة من النخب السياسية المصرية، علماً بأنه تمّ طبع أكثر من 400 استمارة للحصول على هذا العدد مع استبعاد عدد من الاستمارات الغير مستوفية للبيانات .

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها :

1. تدنّي مصداقية الأخبار التلفزيونية في كلّ من القنوات الحكوميّة والخاصة بشكل عامّ، إلاّ أنّ درجة مصداقية الأخبار التلفزيونيّة في القنوات الخاصة كانت أعلى من درجة مصداقية نظيراتها في القنوات الحكوميّة .

- دراسة العتيبي(2007)، وعنوانها:" **مصداقية مصادر الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات الملك سعود : دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة** " .هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على رأي عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود في المملكة العربية السعوديّة، وهي دراسة مسحية طبقت على عينة عشوائية منتظمة قوامها600، واعتمد الباحث منهج المسح بالعينة إلى جانب المنهج المقارن.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها :

1. أنّ الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية أقلّ مصداقية من الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة.
2. وجود علاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين كلّ من:موضوع الخبر، شهرة القناة، والجمهور الذي توجّه له الأخبار، حيث أظهرت أن الأخبار الرياضية والأخبار العلمية هي أكثر مصداقية من الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية، وأن الأخبار التلفزيونية الموجهة للمجتمع المحليّ تكون أكثر من الأخبار الموجهة للمجتمع الخارجيّ.
3. أنّ مصداقية الخبر في التلفزيون يرتبط بالقناة التي يذاع منها الخبر.

- دراسة عبد العظيم(2007)، " **مصداقيّة مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي": دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة**.هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى وجود اختلافات أو تشابه بين إدراك الجمهور لمصداقية الوسائل الحديثة في الحصول على الأخبار

على (الانترنت)، في مقابل الوسائل التقليدية(التلفزيون والصحف)، كما تهتم الدراسة بالوقوف على أهم العوامل التي تحكم تقييم مصداقية الوسيلة بين الجمهور، والتي قد تكون عوامل داخلية تتعلق بمستوى أداء العاملين أو ملكية الوسيلة، واعتمدت الباحثة في الدراسة على عينة قوامها 216 مفردة للتعرف على مدى وجود اختلافات أو تشابه بين إدراك الجمهور لمصداقيّة الوسائل الحديثة مقابل الوسائل التقليدية.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ التلفزيون جاء على رأس الوسائل التي يستخدمها الإماراتيون للحصول على الإخبار والمعلومات بحيثُ يعتمدون عليها.
2. أنّ هناك عوامل تحدد المصداقية بين الجمهور الإماراتيّ وهي الاهتمام بالمجتمع والثقة في الوسيلة، والحِرَفيّة في الأداء الإعلامي(إعداد الأخبار)، وملاحقة الأحداث بالنسبة للتلفزيون، في حين يختفي العامل الأخير ليحلّ محله" الموضوعيّة في عرض الأخبار" بالنسبة للصحف، "وعدالة عرض الأخبار" بالنسبة للانترنت.
3. ثبت وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائياً إيجابية بين درجة الثقة في الوسيلة الإعلامية، وإدراك الجمهور لمصداقيتها .

– دراسة صلاح الدين(2006)، وعنوانها: " **مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسةٌ كمية/ كيفيّة في إطار النموذج البنائي للمصداقيّة** " هدفت هذه الدراسة إلى تقييم كل من وسائل الإعلام المصريّة التقليديّة والحديثة، ورصد المتغيرات الوسيطة التي تعضد الثقة أو على العكس تضعف الثقة بوسائل الإعلام المصريّة، واستخدم الباحث المنهج المسحي(الوصفي التحليلي) على عينة قوامها 300 مفردة من مستخدمي الانترنت ووسائل الإعلام المختلفة بمدينتي القاهرة والجيزة في مصر.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ وسائل الإعلام التقليدية(إذاعة، تلفزيون، صحف) أكثر مصداقية من وسائل الإعلام الحديثة (مواقع الكترونية)، وجاء التلفزيون في المرتب الأولى من حيث المصداقية.
2. وجود علاقة إيجابية متوسطة القوة بين متغيري المصداقيّة والاعتماد، مما يدعم العلاقة التبادلية بينهما بدوره الارتباط الوثيق بين الاعتماد على وسائل الإعلام من ناحية والثقة في مضامينها من ناحية أخرى.

– دراسة الشهلوب(2005)، وعنوانها: " **العوامل المؤثرة على مصداقيّة الصحف السعودية لدى الشباب لدى الشباب الجامعي**".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في مصداقية الصحف السعودية من خلال استطلاع رأي عينة من الشباب السعودي بلغت 150 مفردة

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها :

1. أنّ مصداقية الصحف السعودية لدى القراء من أفراد العينة قد ارتبطت ارتباطاً سلبياً بعدد من العوامل أدت إلى فقدان الصحف السعوديّة لمصداقيتها لدى القراء، إلاّ أنها أغفلت اختبار مكونات مصداقية الصحف السعوديّة لدى الجمهور.

– دراسة ربيع 2003، وعنوانها:" **المسؤولية الاجتماعيّة للصحافة المصرية في معالجة قضايا المجتمع: دراسة تحليليّة للقضايا الاقتصاديّة في صحف(الأهرام– الوفد – الأسبوع) خلال الفترة من يناير إلى فبراير2003**".هدفت هذه الدراسة إلى التعرّف على مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعيّة لصحف الدراسة من خلال فئة مضمون القضايا المنشورة، كما سعت الدراسة إلى معرفة المعوقات التي توجه الصحف في أداء مسؤوليتها الاجتماعيّة ومدى تأثير هذه المعوقات على أداء الصحف، واعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي بشقيّه

(الوصفي، والتحليلي)، حيث استخدم منهج المسح الإعلاميّ، والمنهج المقارن، واعتمد الباحث على أداة تحليل المضمون لتحليل صحف الدراسة خلال الفترة الزمنية التي صممها الباحث في ضوء الفئات التي تمّ تحديدها.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، منْ أبرزها:

1. أنّ صحيفة (الأهرام) كانت أكثرُ التزاماً بمسؤوليتها الاجتماعيّة في المساحة التي خصصتها لقضايا الدراسة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47،1%)، تليها صحيفة(الوفد) بنسبة(40،8%) ثمّ صحيفة(الأسبوع) بنسبة(12،1%).
2. أنّ المعالجة الصحفية الخاصة بقضايا الدراسة، اعتمدت على استخدام الترغيب والترهيب في معالجة قضايا الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة(25،6%) في صحيفة الوفد، وبنسبة (20،6%) في صحيفة الأهرام، ثمّ صحيفة الأسبوع وبنسبة(19،3%).

– دراسة عبداللاه (1996)، وعنوانها: " **مصداقية الصحافة المصرية القومية والحزبية** ".

سعت الدراسة من خلال هدفها الرئيسيّ إلى التعرف على مصداقية الصحافة المصرية في معالجتها لموضوع الاتفاق الفلسطينيّ– الإسرائيليّ(غزة–أريحا) من خلال بُعْدَي المضمون والجمهور، وتحديد مدى تأثير كلٍّ من العوامل الذاتيّة والموضوعيّة على هذه المصداقيّة، وترتبط هذه الدراسة بثلاثة أنواع من الدراسات الإعلامية(الدراسات الاستطلاعية الاستكشافيّة، الدراسات الوصفيّة، دراسات العلاقات السببيّة)، وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على ثلاثة مناهج أساسيّة هي: منهج المسح على ثلاثة مستويات(المضمون، الجمهور، القائم بالاتصال)، والمنهج المقارن، ومنهج دراسة الحالة، وقد استخدمت الباحثة في دراستها على خمس أدوات بحثيّة هي:(تحليل المضمون، الاستقصاء غير المقنن، الاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية،

المقابلات الحرة والمقننة فردية وجماعية، الملاحظات البسيطة والملاحظة بالمشاركة، وقد اختارت الباحثة العينة(الطبقية) وبلغت 408 مفردة.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها :

1. أنّ الصحافة المصرية في معالجتها لاتفاق غزة- أريحا كانت منخفضة المصداقيّة، وإنْ اختلفت المصداقية من صحيفةٍ لأخرى .انخفاض مصداقيّة الصحافة المصريّة عند الجمهور عن حقيقتها في المضمون، حيث تزايدت نسبة التزامها بمؤشرات التنوير في المضمون، بينما تزايدت نسب ميلها إلى مؤشرات التزوير عند الجمهور.
2. أنّ الصحف المصريّة لا تزال تفتقد قدرتها على الالتزام بالتعددية الحقيقية، إذ أنها توسعت بنسبة معينة في عرض الأبعاد المتعددة للموضوع ولكنها ظلت حبيسة المعالجة والعرض من اتجاه واحد .

ثانياً: الدراسات الأجنبيّة

- دراسة بليـر(Poler)، أرجافـيـك(Erjavec)وستـولـر(Stular)(2010)، بعـنـوان" مصداقيّة وسائل الإعلام الإخباريّة التقليديّة مقابل الوسائل الالكترونيّة: تغيّر تاريخيّ في تصورات الصحفيين".

هدفت هذه الدراسة إلى البحث بمسألة كيفيّة مقارنة مصداقيّة المعلومات المنشورة على المواقع الإخباريّة بمصداقيّة المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية، وركزت الدراسة على الهدف الرئيس المتمركز حول التأكد إذا ما كان لتزايد وتوسع أعداد المواقع الإخباريّة الالكترونيّة أي أثر في تغيير توجهات وتصورات الصحفيين فيما يتعلق بمصداقيّة وسائل الإعلام. وقد استخدمت الدراسة العينة العشوائية وتألفت العينة التي أجريت عليها الدراسة من(106) صحفيّاً في سلوفينيا، حيث طلب منهم أن يقوموا بتقييم مصداقيّة وسائل الإعلام من

أجل توضيح أسباب تقييمهم لوسيلة ما من وسائل الإعلام يكونها أكثر مصداقيّة من غيرها، وكذلك لمعرفة معاييرهم في تقييم المصداقيّة.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ غالبية الصحفيين لا زالوا يؤمنون بأن وسائلَ الإعلام التقليديّة هي الأكثر مصداقيّة، وكانت لديهم(عينة الدراسة) وجهة نظر متحفظة تجاه الموضوع مصداقيّة الصحافة ومعايير تقييمها، ويمكن اعتبار أنّ الحكم السلبيّ على المواقع الإخبارية الالكترونية يرجع بشكل جزئيّ في كونها نتيجة لوجود نيّة للدفاع عن سلطة الفرد في مهنته، كما يمكن أن يكون السبب في ذلك هو الضعف في تطوير مشهد وسائل الإعلام الالكترونيّة في سلوفينيا باعتبار مثل هذه الوسائل هي امتداد لوسائل الإعلام التقليديّة.
2. أنّ غالبية الصحفيين ممن يرون بأنّ شركات المواقع الالكترونيّة الإخباريّة قيّمة ومفيدة، حيثُ أنها توفر معلومات سريعة والتي يتم التأكد من صحتها من قبل جمهور مستخدمي وسائل الإعلام الالكترونيّة .

- دراســة تومــاس (Thomas)، جونسون(Johnson)، كايـــي(Kaye) (2004)، والتي كانت بعنوان"أثر اعتماد مصداقيّة وسائل الإعلام التقليديّة والانترنت على إدراك مصداقيّة الوسيلة بين مستخدميْ الويب بلوج". وكان الهدف من هذه الدراسة محاولة اختبار تأثير الاعتماد على الوسائل الإعلامية التقليدية والإنترنت على إدراك مصداقية الوسيلة بين مستخدمي (الويب بلوج)، حيث وضع الاستبيان على(145)موقعاً من (الويب بلوج)، أجريت الدراسة على عينة من الأفراد قوامها (3747) مفردة من مختلف التوجهات والانتماءات، لمعرفة مدى إدراكهم لمصداقية هذه المواقع مقارنة بالوسائل التقليدية كالصحف والتليفزيون

الكابلي والراديو والمجلات ومواقع الإنترنت الأخرى، كما اهتمت برصد تأثير متغير الاعتماد على مواقع (الويب بلوج) على إدراكهم لمصداقيتها مع رصد تأثير عدد من المتغيرات الشخصية والاتجاهات السياسية.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أن الأفرادَ الذين يستخدمون (الويب بلوج) يعبرون عن إدراك عالٍ لمصداقية هذه المواقع أكثر من مصداقيّة الوسائل التقليدية التي وجد أنها تحظى بمصداقيّة متوسطة.

– دراسة **يوشيكو نوزاتو(Yoshiko Nozato,2002)** بعنوان" مصداقيّة الصحف على الانترنت" وقد كان الهدف الرئيسي من هذه الدراسة يتمثل في معرفة الأسباب التي تجعل الناس يعتقدون بأنّ الصحف على الانترنت ذات مصداقيّة، ومعرفة سبب قراءة الناس لوسائل الإعلام على الانترنت، كما سعى الباحث في دراستهِ إلى قياس المتغيرات التي تؤثر في مصداقية المواقع الإليكترونية للصحف الأمريكية، كذلك لقد سعى الباحث إلى تحديد درجة تأييدهم للسمات الخاصة بمصداقيّة المواقع الالكترونيّة للصحف، وقد اقتصرت عينة الدراسة على طلاب المرحلة الجامعيّة من جامعة(أوهايو الأمريكيّ) باعتبار الفئة العمرية من 24-18 سنة في التعليم، وقد بلغ عدد أفراد العينة 100 طالب وطالبة، حيث أجرى الباحث مسحاً لجمع البيانات، وقد تمّ قياس مصداقيّة الصحف على الانترنت من قبل خمسة عشر عاملاً هم:(دقة المصدر، الشهرة، المهارة، الحداثة، الكمال، الإنصاف، الثقة، العمليّة التحريريّة، العمق، الموضوعيّة، الثقة، التفاعليّة، أخبارٌ تستحق النشر، عدم التحيز، السمعة).

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. وجود علاقة ارتباطيه (إيجابية طردية) بين معدل استخدام الطلاب للانترنت واعتيادهم على قراءة (الصحف الورقية) من ناحية، واتجاهاتهم الإيجابية نحو المواقع الإلكترونية للصحف من ناحيةٍ أخرى.
2. أن إدراك المبحوثين لمصداقيّة محتوى الصحف على الانترنت كان مماثلاً للصحف المطبوعة من حيث: (التفاعليّة، والحداثة، والدقة، والموضوعيّة، والعمليّة التحريريّة)، وفيما يتعلق حول تقييم مصداقيّة الصحف على الانترنت توصلت إلى أنها بلغت نسبة مرتفعة.
3. وجود علاقة قوية بين(المصداقيّة)، (وخبرات المبحوثين) من حيثُ: الانترنت، والألفة مع الصحف المطبوعة، وأنّ عامل الوقت المناسب والعمق والسمعة ودقة الصحف كانت مهمة للمستجيبين لهذه الصحف.

– **دراسة عبدالله وآخرون(Abdullah,et.al ,2002) بعنوان**" مصداقيّة الخبر في الصحافة والتلفزيون والصحافة الالكترونيّة".هدفت هذه الدراسة إلى رصد أوجه التشابه والاختلاف في إدراك الجمهور لمصداقيّة الخبر في وسائل الإعلام(التقليديّة، والتلفزيون، والأخبار على شبكة الانترنت)، كما سعت الدراسة إلى التعرف على مكونات مصداقيّة الأخبار التي حصل عليها الأفراد من الصحف والتلفزيون ومواقع الانترنت، وهي دراسة مسحية، أجريت على (عينة عنقودية) بلغ قوامها 536 مفردة في الولايات المتحدة الأمريكيّة من الأمريكيين البالغين(18)فأكثر، حيث تمّ استخدام التليفون لجمع المعلومات.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها :

1. أوضحت نتائج التحليل العملي أنّ (مصداقيّة الصحف اليوميّة) تتضمن التوازن في عرض الأخبار والفورية والأمانة، أمّا (مصداقيّة أخبار التلفزيون) تضمنت العدالة والحاليّة بشكلٍ رئيسيّ، في حين أنّ (مصداقيّة أخبار الانترنت) بُنيتْ على الثقة والحاليّة والتحيز.
2. وأظهرت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين قد وضعوا الانترنت في الدرجة الأولى كوسيلة إعلاميّة أكثر إيجابيّة ومصداقيّة، تلتها الصحف التي تمّ وضعها الأعلى مصداقيّة وقد تمّ ربطها بأربعة عناصر وفق مقياس المصداقيّة الذي تمّ تحديدهُ في الدراسة وهي: التوازن، والأمانة، والحالية، والاكتمال في تقديم القصة الخبريّة .

– **دراسة آيبلما(Ibelema)، ولاري(Larry) (2001)**،والتي كانت بعنوان" مشاهدو التلفزيون الكابلي يرونها أكثر مصداقيّة". وقد سعى الباحث في دراستهِ إلى اختبار العلاقة بين خصائص وسمات الجمهور الديموغرافيّة ومستوى الثقة بوسائل الإعلام المحليّة والقوميّة، كما قامت بالمقارنة بين مصداقية التلفزيون مقابل مصداقيّة الصحف الورقية، وقد طُبّقت الدراسة على عينة قوامها(400) مفردة من ولاية ألباما في أمريكا.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ التلفزيون حظيَ بمعدلات ثقة أعلى من الصحف، ولكن الاختلاف كان منسوباً بشكلٍ أساسيّ لمعدلات التلفزيون الكابلي الذي حظيَ بأعلى مستويات الثقافة بمعنى أنّ الاختلافات بين التلفزيون العام والصحف كان قليلاً نسبياً.
2. وجود نقص واختلافات ذات دلالة بين معدلات الثقة بمصادر الأخبار ومصادر الأخبار القوميّة.

3. وعدم وجود اختلافات ذات دلالة بين معدلات الثقة بأخبار التلفزيون المحليّ ومعدلات الثقة بأخبار التلفزيون القوميّ، كما لم يوجد اختلاف بين معدلات الثقة بالصحف المحليّة والصحف القوميّة.

- **دراســـة فلانجين(Flangin)، وميتزر(Metzger) (2000)**، والتي كانت بعنوان" مستويات المصداقيّة لدى جمهور وسائل الإعلام المختلفة". وقد هدفت الدراسة إلى رصد مستويات المصداقيّة التي يعزيها الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة، وأجريت الدراسة على شريحة من الطلاب بلغ عددها(1041) طالباً، حيث تمّ اختيارهم في ضوء متغير استخدامهم للانترنت، بواقع نحو(323)طالباً لا يستخدمون الانترنت، مقابل(718) يستخدمون الانترنت .

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. مجيء الصحف على رأس قائمة وسائل الإعلام بوصفها المصدر الأكثر مصداقيّة لاستقاء المعلومات باختلاف أنواعها وتصنيفاتها، في حين جاء الانترنت في الترتيب الثاني في التحليل الإحصائيّ .
2. أن تحقق الأفراد الذين يستخدمون الانترنت من صدق المعلومات الواردة بمواقع الشبكة يتوقف على أهميّة تلك المعلومات لهم ومدى احتياجهم لتكوين آراء بشأنها.

- **دراسة جونسون(Johnson)، باربارا(Barbara) (2000)**، والتي كانت بعنوان"تأثير الاعتماد على مصداقيّة المواقع الالكترونيّة بين مستخدمي الانترنت ممّن لهم اهتمامات سياسيّة". وقد هدفت الدراسة إلى اختبار درجة الاعتماد على الوسائل الحديثة والوسائل التقليديّة، ورصد تأثير المتغيرات الشخصيّة كالسنّ والنوع والمكانة الاجتماعيّة ومحلّ الإقامة ودرجة الاهتمام السياسيّ، وتمثلت تلك الوسائل في الأخبار الموجودة على المواقع الالكترونيّة

والمجلات والقنوات الإخباريّة التلفزيونيّة ذات الاهتمامات السياسيّة، وأجريت الدراسة على عينة قوامها(308) مفردة من مستخدمي الانترنت ولهم اهتمامات سياسيّة.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ الاعتماد على الوسائل التقليديّة كان مصحوباً بدرجة مصداقيّة عالية مقارنة بالانترنت، كذلك يمكن الاعتماد على الانترنت كوسيلة إعلاميّة إخباريّة يمكن تصديقها باعتبارها وسيلة مكملة للوسائل الإعلاميّة الأخرى وليست بديلة .

– **دراسة ماجور(Major)، واتواد(Atwood) (1997)**، والتي كانت بعنوان" العلاقة الارتباطيّة بين مضمون الرسالة الإعلاميّة وتقييم الجمهور لمصداقيّة وسائل الإعلام عبر الزمن". وقد قام الباحثان بإجراء دراسة ممتدة(قبليّة/بعديّة) تمّ فيها مسح 629 شخصاً على مرحلتين خلال عامي 1991-1990 ، وقد اشتمل المسح على قياس التغيرات التي تطرأ على اتجاهات الجمهور نحو مصداقيّة التنبؤات بالكوارث الطبيعيّة.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. وجود علاقة إيجابيّة بين أهميّة الحدث أو القضيّة التي تطرحها وسائل الإعلام، وتقييم الجمهور لمصداقيّة المضمون الإخباريّ.
2. لم يطرأ تغيير في تقييم الجمهور لمصداقيّة الراديو والتلفزيون عبر الزمن.

– **دراسة مسعود(Masoud,1999)**، والتي كانت بعنوان" مصداقيّة الصحف في الكويت". وقد سعى الباحث في دراسته إلى التعرّف على الصحف الكويتية التي تمتاز بالمصداقية، وقد اشتملت عينة الدراسة على 500 مفردة من الكويتيين البالغين.....

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج من أبرزها:

1. أنّ المصداقيّة تعدّ أحد العوامل المهمة ذات الصلة بالقارئية، وإن كانت المصداقيّة لا تنبئ بالقارئية أو قياسها، لأنّ معظم القرّاء في الكويت يعتقدون في مصداقيّة الصحافة .

دراسة ريمر(Rimmer)، وديفيد(David) (1986)، والتي كانت بعنوان "مستويات المصداقيّة". وقد هدفت هذه الدراسة لقياس العلاقة الارتباطيّة بين استخدامات وسائل الإعلام والثقة التي يعزيها أفراد الجمهور لمضمون الوسائل عبر الزمن، وقد استمدت هذه الدراسة بياناتها من المسح الذي أجرته جمعية محرري الصحف عام 1985م.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. عدم وجود ارتباطات ذات دلالات إحصائيّة بين معدلات التعرض لوسائل الإعلام، ومصداقيّة تلك الوسائل لدى المبحوثين، على حين كانت هناك ارتباطات إيجابيّة بين تفضيل المبحوثين لوسيلة بعينها والاعتماد عليها بوصفها مصدراً رئيسيّاً للمعلومات، وتصنيفهم لتلك الوسيلة بوصفها الأكثر مصداقيّة بين وسائل الإعلام المختلفة .

– **دراسة نيوهاجن(Newhagen)، وناس(Nass) (1989)**، والتي كانت بعنوان"مقياسان مختلفان لتقيم مضداقية الخبر في الصحافة والتلفزيون ". وقد هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى اختلاف المعايير عند تقييم الأفراد لمصداقيّة أخبار التلفزيون عنها عند تقييم أخبار الصحف، شارك في الدراسة عينة مكونة من(985) مفردة في الولايات المتحدة الأمريكيّة، وقد اعتمد الباحث في دراسته على صحيفة الاستبيان16عبارة لقياس مصداقيّة كل من الصحف والتلفزيون باستخدام مقياس ليكرت.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. أنّ الأفراد يعتمدون على التلفزيون في حال كان الحدث يبعد مكانياً عنهم وفيّ حال الأخبار المحليّة فهم يلجأون للصحف.
2. أنّ الأفراد يبنون إدراكهم لمصداقيّة التلفزيون والثقة المعطاة لأخبارهِ على مجموع سمات الفرد الذي يظهر على الشاشة.

– **دراسة جازيانو(Gaziano)، وماغراث(McGrath) (1986)**، والتي كانت بعنوان "قياس مفهوم المصداقيّة". وقد هدف الباحثان إلى رصد العلاقات القائمة بين متغيري المصداقيّة ونوع الوسيلة الإخباريّة، كما سعى الباحثان إلى وصف مفهوم المصداقيّة وكيفيّة قياسها والأبعاد التي تحددها لكل من الصحف والتلفزيون وقد حددت الدراسة 12 بعداً للمصداقيّة منها: الإنصاف، عدم التحيز أو الحياد، التوازن، الثقة، الخبرة، الواقعيّة، كفاءة الصحفيّ، فصل الرأي عن الوقائع، الدقة، واحترام الجمهور ومراعاة اهتماماتهِ، واعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليليّ، وعلى الأسلوبين الكميّ والكيفي، وهي دراسة مسحية لعينة قوامها875 شخصاً تتراوحت أعمارهم ما بين(18-65) عاماً في الولايات المتحدة الأمريكيّة.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. ارتفاع مستوى مصداقية كل من الصحافة والتلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى .
2. أنّ قياس المصداقيّة يتمحور في فرعين رئيسيين هما:(قياس دقّة التقرير الصحفي)،(وقياس مصداقية المصدر كمكون لتأثير الاتصال الإقناعيّ).
3. أنّ المصداقيّة تتحدد من خلال بعدين رئيسيين هما:(الجدارة بالثقة، الخبرة).

4. أنّ أفراد العينة يثقون في كلّ من الصحف والتلفزيون، إلاّ أنّه في حالة المفاضلة بين الوسيلتين فإنّهم يفضلون (التلفزيون بوصفه الأصدق) في استقاء المعلومات القوميّة والدوليّة، وفيما يتعلق بتغطيّة الكوارث الطبيعيّة على حين تمثل (الصحف المصدر الأصدق) في حالة القضايا المعقدة أو الجدليّة، فضلاً عن الموضوعات ذات الطابع المحليّ .

- **دراسة رايموند(Raymond,1978)**، بعنوان"مصداقيّة الخبر في الصحافة والتلفزيون".هدفت هذه الدراسة إلى دراسة مصداقيّة الأخبار المحليّة والقوميّة والدوليّة في الصحافة والتلفزيون، وهي دراسة مسحية، وقد استخدم الباحث (العينة العشوائية المنتظمة) من طلاب Midwestern University.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، من أبرزها:

1. تقديم أخبار التلفزيون على أخبار الصحافة في المصداقيّة
2. عدم وجود علاقة جوهرية بين النوع والمصداقيّة

دراسة **Fogg, BJ. (2001)** استهدفت الدراسة التعرف على العوامل التي تزيد من مصداقية الإنترنت،شملت عينة الدراسة نحو 1400 مبحوثا من الأمريكيين والأوربيين لتقييم 51 عنصرا من العناصر المكونة للإنترنت،والتي يمكن أن تؤثر بدورها في إدراك مصداقيته بين الجمهور،تم تطبيق استمارة استبيان أعدت للدراسة،أوضحت النتائج البحثية أن الأفراد الأكبر سنا يفضلون المواقع التي تظهر نوعا من الثقة والخبرة،كما كشفت عن ميل الأمريكيين لتصديق المواقع ذات الخبرة والثقة، وأن الأوربيين أقل تصديقا للمواقع التي تحمل الإعلانات.

توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج من أبرزها النتائج:

1. وجود خمسة عواملٍ تزيد من إدراك الجمهور لمصداقية مواقع الإنترنت وهى سهولة الاستخدام،وتدعيم ربط الأفراد بالعالم،والثقة،والخبرة،وإشباع اهتمامات الأفراد مستخدمي الإنترنت،في حين كشفت عن وجود عاملين يقللان من إدراك المصداقية لدى الجمهور هما :عدم الاحتراف، وجود إعلاناتٍ كثيرة على الموقع لا مبرر لها(54).

التعليق على الدراسات السابقة(رؤيـــــــةٌ نقديـــــةٌ للدراسات السابقـــــة)

لقد استفاد الباحثُ من الاطلاع على الدراسات السابقة المتنوعة من حيث (المنهج والأدوات)،وقد كشف هذا الاستعراض عن عدد من الملاحظات يمكن إيجازها في عدة نقاط هي:

- النقص الواضح في الدراساتِ الإعلاميّة العربية خاصة(الصحفيّة) التي استخدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية، ونظريّة النموذج البنائيّ أثناء عرضها دراسة خاصة في المصداقيّة.
- أنّ كثيراً من الدراسات السالف ذكرها لم تتعرض بشكلٍ واضح ومحدّد إلى الجوانب الثلاثة التالية:

1. تناول مصداقية الصحف المختلفة باعتبارها وسيلة إعلامية، دون تناولها في إطار الوسائل الإعلامية الأخرى.
2. تناول علاقة شرائح الجمهور العام بهذهِ الصحف.
3. اختبار مصداقية المضامين الصحفية المقدمة في هذه الأنماط المختلفة من الصحف، والتي لا تقل أهمية عن دراسة مصداقية المصدر والوسائل الإعلامية، من خلال الوقوف على مصداقيتها تجاه الأحداث الداخلية والقضايا المحلية.

- يعد (الاستبيان) الأداة المنهجيّة المستخدمة في غالبية الدراسات الخاصة بدراسات المسؤوليّة الاجتماعية، والنموذج البنائي، ويلاحظ على الدراسات السابقة تنوع وتباين أحجام العينات .

- تنوعت المناهج المستخدمة في دراسة الصحف الحكومية، وإن كانت الغلبة لمنهج المسح ؛ لملاءمتهِ مع دراسات الرأي العام بدرجةٍ أكبر.

- لقد لاحظ الباحثُ أنّ (معظم الدراسات الخاصة بالمصداقية) قد ركّزت على مصداقية الوسيلة كمصدرٍ للمعلومات، وكذلك مصداقية المصدر، في حين ركز القليل منها على مصداقية المضمون الصحفي، حيث لم تختلف أهميّة المصدر في مصداقيّة الوسيلة على أهميّة المحتوى الذي تقدمه هذه الوسيلة .

- لاحظ الباحثُ نقصاً واضحاً في الدراسات التي تناولت شرائح الجمهور عامة، على غرار زيادة الاهتمام بالدراسات العربيّة التي تناولت علاقة الصفوة والنخبة وقادة الرأي بوسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، فالصفوة تقيّم مصداقية الخبر في الصحيفة التي ينشر فيها، ولذلك كانت الصحف(المحليّة)الأكثر ثقة في المعلومات، كونها تقدم تغطية أكثر شمولية، ومعلومات أكثر حداثة وأكثر موضوعية من وجهة نظرهم.

- ركزّت الدراسات السابقة على موضوع مصداقيّة وسائل الإعلام من(تلفزيون) وصحف (الكترونية)، وانترنت ومنها دراسة(آيبلما ولاري،2001)،(جونسون وباربارا،2000) ولم تتناول أيّاً منها دراسة(مصداقيّة الصحف اليوميّة لدى الجمهور بصورة مباشرة)، وهو ما تتميّز به هذه الدراسة .

- من الواضح أنّه قد اقتصرت مصداقية الجمهور العربيّ لوسائل إعلامه على محاولات قليلة تركز معظمها فيما يخص الصحف الحكوميّة والخاصة، وربما يعود ذلك إلى علاقة وسائل الإعلام العربية الحكومية بالسلطة، أو حساسيّة هذا الموضوع بالنسبة للإعلام الخاص الذي لازال يعاني من (إشكالية المصارحة بحجم مصداقيتهِ مع الجمهور) المتوجه إليه في ظل ازدياد حجم المنافسة وشراستها.
- خلُصت الدراسات السابقة الخاصة بالمصداقية إلى أنّ مفهوم المصداقية مفهوم متعــدد الأبعاد، وبالتالي ركزت على قياس أبعاد ومكونات المصداقية، دون التوصل إلى مفهوم محدد ودقيق للمصداقية، وربما يرجع ذلك إلى ارتباط كل دراسة بظروف معينة في التوقيت والعينة والمنهج والمكان.
- النقص الواضح في الدراسات التي تعرضت بشكل مباشرٍ لمصداقيّة وسائل الإعلام في التراث العربيّ، مقابل الزيادة الكميّة والنوعيّة في الدراسات الغربيّة التي تناولت مصداقيّة وسائل الإعلام .

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

لقد استفاد الباحث من خلال الإطلاع على الدراسات السابقة في جوانبَ عدة أضافت أبعاداً هامة في إجراء هذه الدراسة، من خلال الجوانب التاليّة:

- ساعدت الدراسات السابقة (الدراسة الحاليّة)، في وضع تصوّر عام للدراسة والتحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وأهدافها، ورصد أهم الجوانب المنهجيّة.
- استفاد الباحثُ من الدراسات السابقة، من حيث المستوى الإجرائي في تحديد نوع العينة المدروسة، وفي بلورة وصياغة التساؤلات والفروض التي تعرضت لها في

الدراسة، فضلاً عن تصميم استمارة الدراسة الميدانية وتحويل المحاور إلى متغيرات قابلة للدراسة.

- كما تمّ الاستفادة من (الدراسات الغربيّة) في بناء مقياس لمصداقية الصحف اليومية، بما يتماشي وطبيعة البيئة العربيّة وواقعها الإعلاميّ .

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1. تطرق الباحث مباشرة الى دراسة (مصداقية الصحف اليومية)، وفي ذلك فانه يعد من الدراسات الصحفية الحديثة التي أوصى بها الباحثون والاعلاميون.
2. بخلاف الكثير من الدراسات السابقة التي تناوات مصداقية رسائل الاعلام على اطلاقها تقليدية وحديثة، ولجميع البرامج التلفزيونية، ركزت الدراسة الحالية على مصداقية الصحف لدى الجمهور فقط.
3. تتميز هذه الدراسة انها اتخذت (الجمهور الاردني مجتمعاً للدراسة)، وتم ذلك من خلال اختيار عينة.

نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفيةDescreptive studies والتي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلاميّة، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضيّة يمكن اختيارها.(Tucker r,1981,p.p91-90)

وتتيح هذه النوعيّة من الدراسات وجود بيانات قابلة للقياس الكميّ، وتسمح بخضوع البيانات للتحليل الإحصائيّ، فضلاً عن اعتمادها على الأساليب الكيفية وإنْ كانت الصدارة للأساليب الكميّة، وهو الأمر الذي يسهم في إمكانية التعميم والتنبؤ(Berger,1994,p.p118-119) .

منهجيّة الدراسة

يعتبر منهج المسح " من أنسب المناهج العلميّة ملاءمةً للدراسات الوصفية بصفة عامة،(أبو حطب وصادق،1991،ص 50) .

وتستخدم الدراسة منهج المسح في المستوى "الوصفيّ" والذي يهتم بوصف وتصوير وتوثيق الوقائع والحقائق الجارية، ممّا يتيح في التعرف في النهاية على طبيعة متغيرات الظاهرة، واتجاه هذه العلاقات .(المنوفي،1994،ص 17) .

أداةُ الدراسة

تتكون أداة الدراسة من صحيفة الاستقصاء(الاستبانة)Questionaire، " وهو من أكثر جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في الدراسات الميدانيّة، خصوصاً لدراسة سمات واتجاهات جمهور المتلقين؛إلاّ أنهُ لا يتلاءم دائماً مع المجتمعات التي تنتشر فيها الأميّة .(زعموم،2009، ص27).

مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع البحث في جمهور **الصحف اليومية الأردنية(الدستور، الرأي ،العرب اليوم، الغد، الديار ،الأنباط ،السبيل، Jordan times)** من الذين تزيد أعمارهم عن 18 عاماً في المملكة الأردنيّة الهاشمية **وتمت اختيار عينة البحث** وعددهم 600 مفردة من العاصمة عمان التي بها أشخاص من شتى أطياف المجتمع الأردنيّ عبر عينة غير احتمالية هي **العينة الصدفية/العرضيّة)**Accidental sample" و في هذا النوع يقوم الباحث بمقابلة أي عدد من الناس الذين يتصادف وجودهم في مكان البحث، وليكن الشارع ويستمر الباحث في مقابلة وجودهم في مكان البحث، ويستمر الباحث في مقابلة من يتصادف مقابلته حتى يستكمل العدد المطلوب".(الوفائي،1989، ص136)"وهذا النوع من العينات لا يعتمد على إطار للعينة وتحديد لمختلف خصائص المجتمع الأصليّ لكي يتم تمثيلها في العينة".(اللبان،المقصود،2012،ص73)

وقد عرّفها "محمد منير حجاب " بأنها هي " أحد أنواع العينات العمدية ، وفي هذا النوع يقوم الباحث بمقابلة أي عدد من الناس الذين يتصادف ودودهم في مكان البحث ، وليكن الشارع، ويستمر الباحث في مقابلة من يتصادف مقابلته حتى يستكمل العدد المطلوب وهذه العينة بالطبع غير عملية، وليس من السهل تعميم النتائج المستفادة منها لأنه لا يتوافر فيها صفة التمثيل ولا صفة العشوائية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

يتكوّن الفصل من ثلاثة مباحثٍ هي:

المبحث الأول: المراحلُ التاريخية لنشأة الصحافة الأردنية.

المبحث الثاني: المصداقية: (مفهومها، أبعادها، مكوناتها،عناصرها، مقاييسها).

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في مصداقيّة الصحف.

المبحث الأوّل

الصحافة اليوميّة الأردنيّة نشأتها و تطورها

تزامنت نشأة الصحافة الأردنيّة مع تأسيس الدولة الأردنيّة الحديثة عام 1920م بظهور(الحق يعلو)، حيث جهدت على تجسيد الشعاراتِ الطموحة التي طرحتها الثورة العربية الكبرى، وهي أفكار الوحدة والحرية والاستقلال. (الموسى، ص346، 2012).

و تعدّ الصحافة في الأردن حديثة العهد نسبياً مقارنة مع محيطها العربيّ في مصر وبلاد الشام ، وهذا يعود إلى أنّ الدولةَ الأردنيّة الحديثة لم يكن لها وجود بالشكل الحالي قبل عام (1920)م ومنذ هذا التاريخ بدأت تدور عجلة الصحافة الأردنية وتوالى صدور الصحف الأردنية تدريجياً.

وينقسم تطور الصحافة في الأردن إلى أربع مراحل تاريخيّة كل مرحلة ارتبطت بظروف سياسية واقتصادية حددت معالم الصحافة المحلية ، وفيما يلي نستعرض المراحل التاريخية للصحافة الأردنية بشكل عام، ثم نستعرض تاريخ و نشأة و تطور كل صحيفة من الصحف اليومية الاردينة بشكل خاص

أولا : المراحل التاريخية لنشأة الصحافة الأردنية

أ : مرحلة ما قبل الاستقلال 1920- 1952م

تزامنت نشأة الصحافة الأردنية مع تأسيس الدولة الأردنية وواكبتها مرحلة تلو الأخرى، وارتبطت بها في مختلف مراحل تطورها، حتى أن تصنيف مراحل تطور الصحافة سيرتبط بمراحل تطور الدولة الأردنية والتغيرات السياسيّة والاجتماعيّة التي رافقتها.

فبعد أن وصل الأمير عبدالله بن الحسين مؤسس الدولة الأردنية الحديثة إلى معان، أدرك أهمية الصحافة لدورها ووظيفتها في تثبيت أركان الدولة، من خلال توجيه وحشد تأييد الرأي

العام لدعم شرعية الحكم، وتحقيق التواصل بين أرجاء الدول المختلفة، فنشأت الصحافة الأردنية وأصدر جريدة (الحق يعلو) التي كانت بمثابة نشرة صحفية هي الأولى من نوعها التي تشهدها البلاد، حيث كانت نشرة متواضعة تكتب بخط اليد (الموسى، 19989،ص 37) وكانت تطبع على البالوظة وهي مادة من (الجلاتين) وكان شعارها " عربية ثورية "

(نصار، ص118، 2007) والهدف منها إيجاد وسيلة نشر يستطيع من خلالها دعوة الأحرار للالتحاق بالأمير عبدالله وكانت توزع في سوريا ولبنان وفلسطين (عبيدات ،ص14، **2004)** بعد صحيفة الحق يعلو صدرت صحيفة الشرق العربي في 28 أيار عام (1923) م، وتغير اسمها في عام (1926) م إلى الجريدة الرسمية لحكومة شرقي الأردن، والتي ما زالت تصدر حتى يومنا هذا .(أبو صوفة ، 1996، ص9)

ب : مرحلة الصحافة الأيديولوجية والتعدديّة 1952-1967م (بعد الاستقلال)

مما لا شكّ فيه أنّ الصحافة في تلك الفترة وما تلاها كانت أهم أداة تنويرية فساعد انتشارها على التوسع في التعليم الرسمي بإنشاء المدارس الحكومية، كما كانت الصحافة من أهم الوسائل النضالية في ذلك الوقت، فكانت تلهب حماس الجماهير وتشحذ هممهم لمقاومة الانتداب الانجليزي، والمطالبة بالاستقلال التام، من خلال ما تنشره من مقالات سياسيّة يعاضدها في ذلك الشعر الوطنيّ الكلاسيكي لسرعة حفظه وانتشاره .(جمعه، ص13-14،2001).

وكان في مقدمة الأحزاب التي كان لها وجود بارز على الساحة الأردنية حزب البعث العربي الاشتراكي والحزب الشيوعي و" الإخوان المسلمين " حيث سارعت أغلب الأحزاب إلى إصدار العديد من الصحف التي تنطق باسمها ، فكان للشيوعيين صحف " الجبهة " " الوطن " " العهد الجديد "، وكان للبعثيين صحيفة " اليقظة "، وكان للقوميين العرب صحيفة

"الرأي" وللإخوان " الكفاح الإسلامي "، والحزب الوطني الاشتراكي صحيفة " الميثاق ". (أبو غنيمى، ص65، 1986)

ولعلّ أبرزَ حدثٍ شهدتهُ هذه المرحلة تمثل في دمج الصحف اليومية الأربع ، التي كانت تصدر في القدس في صحيفتين ، إحداهما تصدر في عمان وهي (الدستور) والثانية تصدر في القدس وهي (القدس) وذلك في عام (1967) ، ودخلت الحكومة الأردنية شريكا بمبلغ (25) ألف دينار في كل صحيفة منهما. (علاونة ، ص34، 2000).

ج: مرحلة اندماج الصحافة 1967-1989م. (بعد النكبة الفلسطينية)

تميزت هذه المرحلة بظهور صحافة مؤسسية قوية لعبت الدولة دورا مهما في تطوير مستواها وإمكاناتها المادية دون أن يؤثر ذلك على بقائها في القطاع الخاص حتى منتصف الثمانينات. (الموسى، 1998، ص143)

وقد سيطرت صحيفة الدستور على ساحة الصحافة اليومية الأردنيّة ، فكانت أبرز الصحف اليومية الصادرة بعد حرب عام (1967) م وأوسعها انتشاراً وأكثرها تأثيراً، ونتيجة لاضطراب ولاء الصحف الأردنية وتوجهاتها في خضمّ اضطرابات الحياة السياسية العربية في ستينات القرن الماضي وبعد انتهاء مرحلة اللااستقرار السياسي الذي عاشه الأردن بين عامي 1967- 1970م، أقدمت الحكومة الأردنية على تأسيس صحيفة يومية خاصة بها هي صحيفة (الرأي) في العام 1971 م لتكون صحيفة مؤيدة لها تبرز وجهة نظرها، لتصبح الرأي أكثر الصحف الأردنية اليومية توزيعاً ، لكن بعد خسارتها وتراجعها باعتها الحكومة في العام (1974) م إلى الاتحاد الوطنيّ الأردني الذي أعاد هيكلتها لتحقق نجاحاً واسعاً لتتصدر الصحف الأردنية (سكجها، ص44، 1999)، وشهدت هذه المرحلة صدور قانون المطبوعات والنشر لعام (1973) م الذي استمر سارياً لمدة عشرين عاما وتشدد في فرض الغرامات

والعقوبات، ومنح الحكومة صلاحيات واسعة بسحب التراخيص ، كما شهدت هذه لمرحلة (السبعينات والثمانينات) صدور ما يزيد عن (80) صحيفة ومجلة ونشرة دورية ، من أبرزها الدستور والرأي، وصوت الشعب، والأخبار، وشيحان وغيرها ولإحكام سيطرتها على الصحافة أقدمت الحكومة الأردنية في عام (1988) م على حل مجالس إدارات الصحف اليومية وتعيين مجالس إدارات ورؤساء تحرير، استنادا إلى الأحكام العرفية التي كانت سائدة آنذاك، الأمر الذي شكل ضربة قوية للملكة الخاصة للصحف ، لاحتوائها مواقفها ومنعها من توجيه أيّ انتقادات للحومة. (علاونة ، 2000، ص38).

د : مرحلة التحول الديمقراطي (ما بعد عام 1989)

بعد عام (1989) وعودة الحياة الديمقراطية إلى الأردن وما تلا من أحداث سياسيّة تجاوز الأردن إلى إقليم الشرق الأوسط والعالم اجمع ، كان طبيعيا أن تؤدي هذه العودة إلى إعادة النظر في التشريعات الإعلامية ، الأمر الذي خلق حالة من الانفتاح غير معهودة من قبل وكان من أبرز مظاهر هذا الانفتاح ازدياد مساحة الحرية الممنوحة للصحافة سواء بالنسبة لإصدار الصحف وامتلاكها من قبل الأفراد والشركات الخاصة والأحزاب أو بالنسبة لمعالجة الصحف للقضايا العامة (الشريف ، 2004، ص77).

وعرفت مرحلة التسعينات في القرن العشرين ليس فقط على مستوى الأردن ولكن على مستوى بعض الدول العربية كمصر والمغرب واليمن وتونس ، انفتاحا سياسيا وليبرالياً سمح من خلاله بوجود تعددية إعلامية ، أدّت إلى المزيد من الحريات الإعلامية ، ولكن هذا الانفتاح لم يجعل من تلك النظم الإعلامية نظما ديمقراطية أو ليبرالية كما كان يتوقع منها ، إلاّ أنه أدّى بها إلى خليط من نظام إعلامي سلطويّ، ونظام إعلامي ديمقراطيّ (أبو زيد،ص144، 2007).

ويعتبر قانون رقم (10) لعام (1993) م أفضل قوانين المطبوعات في الوطن العربي فقد ألغي احتكار الدولة للحق في منح الرخص أو منعها عن الصحف دون تدبير ، وفي المقابل ثمة من استغل هذا القانون أسوأ استغلال وصدر في ظله فيض هائل من الصحف والمجلات الأسبوعية التي يستحق بعضها الثناء والتقدير، لكن بعضها الآخر تجاوز الحدود المقبولة من حرية التعبير التي أتاحها القانون ، إلى حد بدأ الناس يضيقون ذرعا بها حيث بلغ في بعض هذه الصحف العدوان الساخر على حرية الرأي .

وفي ظل الانفتاح الديمقراطي، شهدت الساحة الأردنية فيضاً من الصحف الجديدة اليومية والأسبوعية والحزبية التي صدرت في ظل قانون (1993) م فقد سمحت الديمقراطية بظهور صحف جديدة دون ذكر قيود تذكر، وفي ظل هذه الأجواء حافظت (الرأي) و(الدستور) على مكانتهما وحققا انتشاراً واسعاً وأرباحاً مادية جيدة للمساهمين وفي المقابل تعثرت صوت الشعب وتقرر إيقافها في عام (1995)م.

وفي ظل هذا العهد الديمقراطي وصدور قانون الأحزاب السياسية عام (1992)م، صدرت صحف حزبية باسم أحزابها، حيث أنّ صدورها مفيد للمسيرة الديمقراطية بما توفره من وجهات نظر متنوعة وطروحات متباينة في تحرير الفكر من سيطرة وجهة النظر الواحدة السلطوية ، كمنا ويساعد في نمو الفكر الديمقراطي عند المواطن الأردني كصحف العهد واليقظة والمستقبل والبعث والجماهير والأهالي، إلاّ أنّ معظم الصحف الحزبية توقفت عن الصدور بعد مرور فترة زمنية قصيرة على صدورها (**الموسى، ص167-171، 1998).**

وتميزت الصحافة الأردنية خلال هذه المرحلة بظهور العديد من المقالات والتحليلات الصحفية والرسوم الكاريكاتورية الناقدة للحكومات، التي ما كان لها أن تظهر قبل عام (1989)م.

ثانياً : الصحف اليومية الأردنية: بطاقة تعريفية لكل صحيفة

إنّ تاريخ أيّ صحيفة مرتبط بتاريخ البلد الذي ولدت فيه، ولصيقٌ بها ذاك أن كلّ صحيفة تحمل اختزالاتِ التاريخ وحكاية الوطن سياسيّاً واجتماعيّاً واقتصاديّاً.وفيما يلي نستعرض تاريخ و نشأة و تطور كل صحيفة من الصحف اليومية الأردنيّة الحالية :

أ- صحيفةُ الرأي :

كانت بداية الفكرة في العام 1967 حيث اشتدت الحاجة على إثر احتلال إسرائيل للضفة الغربية إلى مؤسسة صحفية، ترتقي بخطابها إلى مستوى الأحداث في تلك المرحلة وتكون ذراعاً قويّاً للوطن تبث رسالته السامية القائمة على شرعية الدين والتريخ والمصداقيّة، وهكذا بدأت ومضت واستمرت الرأي اليوم وغداً وخلال مختلف المراحل من مسيرتها الطويلة المشرفة .(الرأي،العدد2014/6/2،ملحق بعنوان"عيد الرأي")

وقد باشرت حكومة دولة الشهيد(وصفي التل) إجراءاتها العمليّة لبلورة هذا التوجه فأصدرت القانون رقم 26 لسنة 1971 بتاريخ 13-5-1971 القاضي بإنشاء"المؤسسة الصحفية الأردنيّة"، كمؤسسة حكوميّة، وعين المرحوم الأستاذ أمين أبو الشعر مديراً عاماً لها.

صحيفة(الرأي) يوميّة عربية سياسيّة تصدر عن المؤسسة الصحفيّة الأردنيّة(الرأي) وكان العدد الأول منها بين يدي القرّاء في 1971/6/2 وما زالت منتظمة الصدور منذ ذلك الحين وتوقفت مرات محدودة لأسباب تتعلق بالنشر وآخر مرة العام الماضي على خلفيّة اعتصام العاملين في سبيل نيل حقوقهم التي أنكرها مجلس الإدارة السابق واعترفت بها الحكومة واستجابت لها أخيراً.

ومن الأسباب التي أدّت إلى إصدار(الرأي) أنّ الحكومة الأردنيّة أرادت أن يكون لها صوت يتكلم باسمها، ويعبر عن منهجها فقد لاحظ(وصفي التل) رئيس الوزراء الأردنيّ آنذاك

أنّ تدابير الدمج التي نفذت في آذار 1967 قد تحطمت بفعل الحرب ووقوع الضفة الغربيّة تحت احتلال الاعتداء، وخلال الأزمات الصعبة كانت الحكومة تجد أحياناً أنّ قلوب الصحف معها، ولكن سيوفها عليها، وأحياناً أخرى كانت تجد أنّ قلوب الصحف وكذلك سيوفها عليها، كان ذلك وضعاً غريباً بالنسبة للعالم العربي الذي تملك دولة صحافة تأتمر بأمرها، ومن هنا كانت الفكرة وراء إصدار(الرأي) لتكون لسان حال للحكومة تستطيع التعبير من خلالها عن وجهة نظرها، وليكون موقعها في الأردن مثل موقع (الأهرام) في مصر، (والعمل) في تونس. (حمّاد،1992،ص87-88).

وهي الوحدة الأساسيّة التي انبثقت عن المؤسسة الصحفيّة الأردنية المونة من عدد من لوحدات الانتاجيّة المتكاملة، وهي :الجوردن تايمز(JORDAN Times) والتي تأسست عام 1975، والمطابع التجارية التي تأسست أيضاً، عام 1975، ومجلة حاتم "للأطفال" عام 1998، ومركز الرأي للدراسات والمعلومات الذي أنشئ عام 1999(النشرة الإعلاميّة الصادرة عن صحيفة الرأي،2012).

أثبتت السنوات منذ انطلاقة(الرأي) التزامها الصادق والأمين بالقضايا الوطنيّة والقوميّة، فتبوأت هذا الموقع المميز بين زميلاتها في الأردن والوطن العربي، من خلال التوسع الأفقيّ السريع بالتوزيع حيث أصبحت(الرأي) تغطي جميع أنحاء الأردن مدناً وقرى وبوادي ومخيمات- بالإضافة إلى الدول العربية المجاورة مثل فلسطين، سوريا، لبنان، العراق، السعوديّة، مصر، ودول الخليج العربي جميعاً إلى جانب عدد من العواصم الأجنبية عدا عن تواجدها على الشبكة العنكبوتية، بدأت الرأي عام 1971 بطباعة وتوزيع عشرة آلاف نسخة يومياً وبصفحات لا تتجاوز العشر، والآن وعلى الرغم من تراجع مبيعات الصحف على مستوى العالم بسبب المنافسة الشديدة التي أحدثها التطور النوعيّ والكميّ لتكنولوجيا الاتصال

والمعلومات ووسائل الإعلام الالكترونيّة والارتفاع العالمي لأسعار الورق، بلغ عدد توزيع صحيفة الرأي اليومي أكثر من 80،000 ألف نسخة وبلغ مجموع اشتراكاتها المنزلية والتجارية 15000 نسخة عدا السفارات وشركات الطيران والفنادق، ويتراوح عدد صفحاتها بيم 56- 142 صفحة عدا عن الملاحق المتخصصة التي تصدر على مدار الأسبوع.

رافق التوسع في التوزيع، توسع آخر في فئات القرّاء وقد دلّت دراسة متخصصة أجريت حول هذا الموضوع قبل نحو عام أن النسبة الرئيسيّة من القرّاء هي من رجال الأعمال30% ثم من الموظفين 25% ومن طلبة الجامعات والمعاهد العليا والمدارس 15% وربات البيوت12% وأصحاب المهن والحرف8% والعمال5% والمزارعين 5% وجاء في استبيان أجرته صحيفة(صحافة اليرموك) التي تصدر عن دائرة الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك، عن مدى إطلاع طلبة الجامعة على وسائل الإعلام، أنّ 76% من طلبة الجامعة يفضلون قراءة(الرأي) وهي أعلى نسبة مئوية في الاستبيان لقراءة الصحف علماً بأن النسخة الواحدة يتداولها 7-8 قرّاء حسب الإحصائيات الدوليّة.

ب- صحيفةُ الدستور :

صدر العدد الأول من(الدستور) في 28 /3 / 1967 إثرَ اندماج صحيفتي(فلسطين) و(المنار) في صحيفة واحدة ويقول(محمود الشريف) مؤسس الصحيفة، لقد" قضينا وقتاً طويلاً في البحث عن اسم مناسب لها، ومن الأسماء التي رجحت كفتها على غيرها في النهاية(البيان)و(الصرخة)و (التقدّم). ثمّ وقع الاختيار على الدستور لأن الاسم يرمز للدستوريّة التي كانت نكتة في معظم البلاد العربيّة في ذلك الوقت، وكن ظننا- ولا يزال- أن هذا البلد بخير ما تمسك حكامه ومواطنوه باحترام الدستور الذي هو مصدر التشريع وأب القوانين".(حماد،2009 ،ص63)

وجاء في افتتاحية العدد الأول منها :" كما يولد كل مولود جديد من خلال العناء والألم، ومشاعر الرهبة والأمل والشوق ولدت(الدستور) فجر هذا اليوم محمولة على أكفّ العناء، أما العناء فلا يعرفه إلاّ الذين كابدوا مهنة الصحافة، بكل ما فيها من شقاء ومرارة، وأما الأمل هذا المولود الذي نقدمه لقرائنا بكل تواضع لبنة جديدة في صرح النهضة المباركة التي تبنيها سواعد شعبنا البطل، ومنبراً لكل دعوة خير، وكل نهضة فكر شريف، ورئة يتنفس منها المظلوم والمحروم والمغلوب على أمره حتى ينال حقّه كاملاً في الحياة والحرية والكرامة.

"تطورت الدستور وأصدرت صحيفة أسبوعيّة ناطقة باللغة الانجليزية اسمها الجرو سالم ستار(The jerusalem star)، في عام 1982 إحياءً لصحيفة انجليزية كانت تصدر في القدس بالاسم نفسها عن صحيفتي"فلسطين" و"المنار" التي أغلقت بعد احتلال الضفة الغربيّة عام 1967، وهي تمتلك حالياً مطابعها الخاصة، وتعتمد على شبكة من المندوبين في كلّ أنحاء العالم،وتشترك في عددٍ كبيرٍ من وكالات الأنباء العالميّة"(القضاة،2008،ص195-196).

ج – صحيفةُ الغد :

صدرت صحيفة الغد في شهر آب من عام 2004، صحيفة يوميّة عربية حديثة، وتعد الصحيفة اليومية الخامسة إلى جانب شقيقاتها منذ إطلاقها عام 2004 وضعت الغد المهنية نصب عينيها وجعلتها نهجاً تتبعه بهدف النجاح والتميز في سوق الإعلام المزدحم و المليء بالمنافسة، حققت الغد انجازات هائلة حتى يومنا هذا نظراً لنموها و تطورها السريعين شكلاً و مضموناً، حيث تمتلك الصحيفة أكبر قاعدة مشتركين في المملكة بالإضافة إلى عدد كبير من القراء للصحيفة وللموقع الالكترونيّ يومياً لما تجسده من رؤية عصرية تنقل أخر الأخبار بكل صدق و أمانة احتلت صحيفة الغد موقعاً ريادياً في السوق الأردني خلال فترة زمنية قصيرة،

إذ سطع نجمها بين منافسيها لما تتمتع به استقلالية ومصداقية أدت إلى تغيير معايير الصحافة المحلية و جعلت الغد مصدراً موثوقاً للأخبار للمحلية ومرجعاً تعتمده أشهر وكالات الأنباء العربية و العالمية، تغطي صحيفة الغد مختلف القطاعات والمواضيع التي تهم قرائها لتلبي بذلك احتياجاتهم وتفتح المجال أمام النقاش والحوار البناء والتحليل الموضوعي لمختلف القضايا والآراء، إذ تقدم الغد لقرائها باقة متنوعة من الأقسام المختصة التي تغطي آخر الأخبار السياسية والاقتصادية والمالية والرياضة والمنوعات، وتغطي الصحيفة أخبار قطاع السيارات ضمن ملحق يصدر مرتين بالشهر وقامت الصحيفة بمبادرة تعدّ الأولى من نوعها في المملكة، و هي افتتاح مركز اتصال متخصص باستقبال استفسارات واقتراحات القراء بالإضافة إلى توفير مختلف الخدمات للمشتركين والمعلنين وفقا لأعلى معايير خدمة العملاء، كما تعمل صحيفة الغد على مواكبة آخر التطورات في قطاع الإعلانات لتزود معلنيها بمجموعة من أحدث وسائل الإعلان المبتكرة و المتميزة و التي تضمن لهم انتشارا واسعا على مستوى المملكة.(http://alghad.com/about-us.php)

د- صحيفةُ العرب اليوم :

صدرت صحيفة العرب اليوم في 16 مايو 1997 ، وتعتبر إحدى سمات التحول الديمقراطيّ في الأردن(**الموسى، 2003، ص274**)، وتصدر عن شركة المجموعة الوطنيّة للاستثمار الإعلاميّ ومديرها العام(إلياس جريسات) فيما يرأس تحريرها السيد(أسامة الرنتيسي)، وعدد صفحاتها ستّ عشرة صفحة من القطع الصغير، حيث كتب طاهر العدوان " رئيس تحرير العرب اليوم " سابقاً في العدد الأول تحت عنوان " **نرفع شعار التغيير**"، أن العرب اليوم ليس حزباً وإنما صحيفة وطنية قومية مستقلة، لكنها ستكون منبراً يتردد من صدى السياسة المحليّة وكل ما في صميم القضايا الوطنية التي تمس حياة الفرد والمجتمع،

وأضاف "سنحرص على المصداقية لأننا نسعى لصناعة صحافة أصيلة تحترم ذاتها وتحترم قرارها "(العدوان ، العرب اليوم ،17-5 1997). من خلال هذا الطرح بين طاهر العدوان سلسلة صحيفة العرب اليوم " بوصفها وطنية تهتم بقضايا الوطن وقومية لم يسلخها عن اتجاهها القومي العربي ومستقلة لا ترضخ لأي نوع من أنواع السيطرة عليها ".

استقطبت العرب اليوم العديد من الكتاب واستطاعت من تفجير العديد من القضايا التي لم تتجرأ أية صحيفة يومية سياسية من الصحف الأخرى من تناولها، حتى أنها ساهمت في إسقاط الحكومة عندما أثارت قضية تلوث المياه في الأردن، ثم أظهرت مشاعر البغض إزاء حكومة تالية ومن ثم تم إقالتها بمرسوم ملكي بعد سلسلة من المواجهات معها .

وقد استقطبت العرب اليوم مجموعة من الصحفيين المحترفين ممثلين ألوان الطيف السياسيّ وبدأت تنطلق من أي مقال ومنهجية عالية فحققت نجاحاً لا مثيلَ له حتى أنها هددت أركان الرأي والدستور من ناحية الحضور في الشارع ومن حيث التوزيع، وقد أخذت كل مساحات الحريّة وتجاوزتها لذلك تفوقت كثيراً في فترة وجيزة (**الموسى، 2003،ص275**)،" ونتيجة لذلك تعرضت العرب اليوم لخسائر فادحة نتيجة محاربة الحكومة للصحيفة بحرمانها من الإعلانات الحكومية وإعلانات بعض الشركات الكبرى ذات العلاقة ببعض الشخصيات في السلطة(**الموسى،ص267، 2003**) وبيّن الناطق الإعلاميّ باسم تجمع (نقابيون من اجل الإصلاح) في زيارة للوفد لرئيس تحرير الصحيفة سابقاً فهد الخيطان على خلفية الصفقة الاستثمارية لبيع صحيفة العرب اليوم بأنّ الوفد أعرب عن خشيته من أنّ تغيير ملكية الصحيفة سيؤدي إلى تغيير خطها المهني المرموق وخاصة أنّ الصحيفة حافظت على مسافة بين إدارة الشركة المالكة ورئاسة تحريرها بحيث أعطت لرئاسة التحرير استقلاليتها المهنية وذلك على الرغم من تعرض الصحيفة لهجوم رسمي في عدة مرات ولمنها بقيت صامدة في

جميع المعارك التي خاضتها ، (www.al-sabeel.net) يذكر أنه تم إيقاف صحيفة العرب اليوم عن الصدور وذلك في تاريخ20-5-2013م،"لأسباب ماليّة".

(www.ammonnews.net)

هـ - صحيـفةُ السـبـيل :

صدر العدد الأول من صحيفة السبيل كصحيفة أسبوعية بتاريخ 1993/10/13، عن (شركة دار السبيل) وهي صحيفة إسلاميّة مستقلة لكنها قريبة من أطروحات(حزب جبهة العمل الإسلاميّ) وقد رأس تحريرها عند صدورها(حلمي الأسمر) وكان نائب رئيس تحريرها(سميح المعايطة)، وسكرتير تحريرها ياسر أبو هلالة.(أبو عرجة،2000،ص74-75).

وانتظمت في الصدور صباح كلّ ثلاثاء ما يزيد على خمسةَ عشرَ عاماً دون انقطاع أو توقف، كانت خلال تلك الفترة في مقدمة الصحف الأسبوعية من حيث الانتشار والتأثير، وتركت بصمة مهمة في عالم الصحافة الأردنية، حيث كان لها نكهتها الخاصة، وتميزت بمهنية وحرفية عالية، جعلتها موضع احترام وتقدير، وقد تبنت "السبيل" فلسفة "الحرية المسؤولة"، وأسهمت في رفع سقف الحرية الصحفية عبر معالجات ومتابعات جريئة وأولت ملف الحريات وحقوق الإنسان أهمية خاصة، وفي 2009/2/10 كانت انطلاقة "السبيل" الجديدة كسابع صحيفة يومية أردنية ناطقة بالعربية، وقد شكل ذلك نقلة نوعية في مسيرة الصحيفة، وإضافة مهمة في الحالة الصحفية الأردنية، وقد حددت الصحيفة مجموعة من الأهداف من أبرزها نقل المعلومة والخبر الصادق في سياق المهنية الصحفية والمعالجة الموضوعية المساهمة في التوعية بالقضايا الوطنية وبقضايا الأمة، عبر المتابعة الإخبارية والتحليل العميق للتطورات السياسية، خدمة قضايا الوطن، وتبني هموم المواطن، ومواجهة

الأخطار التي تستهدف الأردن، وكشف محاولات الاختراق والتطبيع مع العدو الصهيوني، مراقبة أداء الحكومات والمؤسسات، مع الإشادة بالنقاط المضيئة، والإشارة إلى مواقع الخلل والدعوة لإصلاحها. (http://www.assabeel.net)

و- صحيفةُ الديار :

بدأت صحيفة الديار صدورها في عام 2003 وهي صحيفة يوميّة سياسية اقتصاديّة شاملة، تصدر في عمان عن دار الديار وعن شركة البتراء للاستثمار الإعلاميّ، وعدد صفحاتها ستة عشرة صفحة من القطع الكبير،ومديرها العام النائب محمود الخرابشة، ورئيس تحريرها محمد سلامة. (نصّار،2007،ص256) .

ز- صحيفةُ الأنباط :

صدر العدد الأول بتاريخ 2005/5/2 إنّ صحيفة الأنباط حسب توجهنا تشكل نقلة نوعية في الساحة الإعلامية الأردنية من حيث المضامين والمفاهيم الصحفية وحسن الأداء في التغطية الإعلامية المتطورة وتحديد الأولويات السياسية والاجتماعية التي تهم الوطن وتمس حياة وهموم المواطن اليومية، والتركيز في حواراتها ومقالاتها على إيجاد نواة ثقافية وإعلامية لتسليط الأضواء على انجازات وطموحات مؤسسات الوطن العامة والخاصة، لتكون "الأنباط" المرآة التي تعكس صورة هذه الانجازات وتساهم في إيصالها إلى المعنيين عبر صفحاتها وموقعها الالكتروني، وكل ذلك مبني على شعار جلالة (الملك عبدالله الثاني بن الحسين)- حفظه الله ورعاه- الحرية سقفها السماء

وهي تحارب ضد الفساد وضد المحسوبية وتجوب الفضاء بحثاً عن العدالة التي لم تنالها الصحيفة في ظل الحكومات المتعاقبة بسبب ما يكتب بها.

(http://www.alanbatnews.net)

ح- صحيفة(Jordan Times):

صحيفةٌ يوميّة سياسية تصدر باللغة الانجليزية، كان عددها باللغة الانجليزيّة في 1975/5/26 لتكونَ الصحيفة الأردنيّة اليوميّة الوحيدة في ذلك الوقت التي تصدر بلغة غير العربية وقد جاء صدورها في ذلك الوقت بسبب حاجة المملكة لصحيفة ناطقة باللغة الانجليزيّة حيثُ لم يكن في الأردن مثل هذه الصحيفة .(الرأي،2014/6/2)

وتعتبر Jordan Times من أفضل صحف المنطقة التي تصدر باللغة الانجليزيّة بإجماع المراقبين الأجانب، إذْ تعكس ما يجري في الأردن بطريقة موضوعيّة موثوقة، وتغطي قضاياه وطموحاته بطريقة محترفة، كما تنقل السياسة الأردنيّة والعربيّة إلى قطاع أجنبيّ وعربيّ مهم من القراء في العالم، وتوفر الـــــ jordan times تغطية متكاملة ومعالجات يوميّة لأبرز الأحداث المحليّة والعربيّة والعالميّة بأسلوبٍ موضوعيّ مهني وملتزم بالنهج الوطني والقوميّ الذي اختطته المؤسسة الصحفيّة الأردنية لنفسها منذ صدور العدد الأول من (الرأي)، ويعتبرها المراقبون من أهمّ المصادر العربية الناطقة باللغة الانجليزيّة للمعلومات السياسيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة والثقافيّة.(أبو عرجة،2000، ص71)

ويرأس تحرير الصحيفة في الوقت الحالي(سمير برهوم)، ويعمل فيها حوالي خمسة عشر محرراً مندوباً صحفيّاً بالإضافة إلى حوالي عشرة من الكتاب والمحررين الذين يكتبون الزوايا الثابتة ويقومون بتحرير المواد الصحفيّة المختلفة، بالإضافة إلى قيامها بتلقّي المساهمات الكتابية والرسائل التي تجد لها مجالاً مفتوحاً على صفحاتها.(مرجع سابق ،ص71).

المبحث الثانيّ

المصداقية:(مفهومها، أبعادها، مكوناتها، عناصرها، مقاييسها)

أولا: مفهوم المصداقية:

رغم اعتراضِ كثير من اللغويين التقليديين على " تصريف " هذا المصطلح في العربية، فإنه استقر كواحدٍ من مصطلحات العلوم الاستراتيجية، والسياسة، والاجتماع، وعلم النفس وعلوم الاتصال وربما يكون الصحفي محمد حسنين هيكل، هو أول من نحت المصطلح في العربيّة أثناء تحليلاته السياسية أوائل الستينات، أو قبل ذلك، وتشير الدلالة المباشرة إلى أنه يعني درجة قابلية سلوك طرف معين يصدقه الطرف الآخر.(حجاب،2004،ص499-500).

وقد تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم المصداقية ، وتفاوتت من تعريف إلى آخر، وذلك نظراً لتعدد أبعاد المفهوم، ووسائل الإعلام، والمجتمعات البشرية وغيرها من متغيرات. وقد ساهمت بحوث المصداقية في الأدبيات الغربية إلى تحديد ومعايير ومقاييس المصداقية وسائل الإعلام بشكل عام ، وقد استفادت الدراسات الإعلاميّة المتعاقبة والتي تطرقت إلى مفهوم المصداقية من هذه المعايير واستخلصت منها أكثر الأبعاد شيوعاً للاستفادة منها في عملية قياس المصداقيّة ، وبما يتلاءم مع ظروف الأنظمة الاجتماعية وثقافتها المتنوعة. وقد نتج عن هذه المعايير الكثير من المؤشرات أو العبارات التي توضح كلّ منها بعداً من أبعاد المصداقيّة، فقد يكون هناك أكثر من مؤشر للدلالة على بعد معين من أبعاد المصداقـيـة.(نصار ،2003،ص ص 8-10)

وتعرف المصداقيّة بأنّها:" درجة قابليّة سلوك طرف معيّن لأن يصدقه الطرف الآخر، وفي المجال الإعلاميّ فإنّ تعريف المصداقيّة يتّجه صوبَ الأدلةِ التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقويم مدى مصداقيّة المادة الإعلاميّة".(مصطفى،2003،ص 13-12)

وتعرّف المصداقية أيضاً بأنها: "نوع من المعالجة المهْنيّة والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، بحيث تتسق مع آراء الآخرين التي تطرحها الصحيفة أو الكاتب في وقت آخر، أو في موضع آخر، وذلك في إطار من التعمّق والشمول، يراعي علاقة الخاص بالعام وربط الجزء بالكل شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية أولويات الاهتمام عند الجمهور".(عبداللاه،2006،ص26–29).

وتعني المصداقيّة أيضاً " وتعنى المصداقية ببساطة المؤشرات التي تحدد صدق المضمون الصحفي من كذبه،ويعتبرها البعض البديل العملي للمسؤولية الصحفية ،ويتوسع البعض مثل **محمد هاتير** فى مفهوم مصداقية الصحافة،فيحدد له الأبعاد الثلاثة التالية:

1. **مصداقيّة القائم بالاتصال** :وتشمل عدم التسرع في نشر الحقيقة، والعمل لصالح الحقيقة وليس لصالح الحكومة أو الصحيفة،ونشر الحقائق بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح،ومراعاة العرف والتقاليد في نشر الحقائق، وعدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين أو نشر الفضائح،والبعد عن الأخبار الكاذبة والقصص الملفقة حتّى لو كانت موافقة لأغراضِ رئيس التحرير وسياسات الدولة.

2. **مصداقيّة المضمون:**وتشمل وضوح الرسالة حتى فى أوقات الخطر،واليسر والسهولة في تناول الحقائق، ونشر الحقائق بكل أبعادها السياسية،والدقة في تناول الخبر.

3. **مصداقيّة الوسيلة:** وتشمل اعتماد الصحيفة على كتاب موثوق فيهم،وتعبير الصحيفة عن هموم واحتياجات القراء(Walfgan,200,p.37)

وفى دراسة ميدانية عام**1966** يحدد الممارسون في الصحافة المصرية المفاهيم المتعددة التى تكون معنى مصداقية الصحافة،ومن أهمها:

1-إنّ مصداقيّة الصحافة تُعنى بأمرين:

الأمر الأول: مصداقيّة الصحيفة بالنسبة للقارئ، والثاني مصداقيتها بالنسبة إلى مصدر الأخبار عموما،حيث تعنى الجوانب التالية مدى دقة المعلومات وصحتها،التي تنشرها الجريدة،ومدى موضوعية صاحب الرأي فيها،لأن الخبر معياره الدقة، والرأي معياره موضوعيّة الكاتب.كذلك مدى شمولية التغطية الصحفية في عرض وتقديم مختلف جوانب الحقيقة،بمعنى أنه من الممكن أن تقتصر بعض الصحف فى تغطيتها للأخبار،على ما يجرى في بلاد أخرى،وتسكت عما يجرى في بلادها.

الأمر الثاني: مصداقيتها بالنسبة لمصدر الأخبار،حيث تعني القدرة على معرفة ما يجرى بالنسبة إلى الجمهور،أي إلى أي مدى يستفيد صانع القرار أو مصدر الأخبار من إنعكاسات ما يجرى فى الصحف في إصدار قراره، وهل يأخذ ما رآه ويضعه موضع الاعتبار،أم يعده مجرد نقد مغلوط.ففي كثير من الدول يستخدم صانع القرار ما تنشره الصحف فى قياس إتجاهات الجماهير أو الرأي العام فى قضايا أو أشخاص بهدف إتخاذ القرار السليم أو الموقف الصحيح.

2-إنّ مصداقيّة الصحافة تعني:

- التوازن في عرض الرأي والرأي الآخر أثناء التغطية الصحفية الشاملة.
- الدقّة في مراجعة المادة الصحفية قبل نشرها بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للصحيفة.
- وضوح الأفكار والاتجاهات في الموضوعات والقضايا والأشخاص والأحداث.
- إسناد الكلام لمصدره مع الثقة في هذا المصدر.
- محاولة التجرد من العمل لصالح جهة بعينها وعدم تبنى وجهة نظر تلك الجهة،وعدم إغفال أو تجاهل وجهات النظر الأخرى.
- عدم إخفاء أو حجب أي معلومة عن القارئ.
- الأمانة والعدل في نقل الأخبار للقراء.
- تعدّد المصادر.
- مراعاة الصحفي لضميره.
- تقديم الحقيقة وتأكيدها من خلال إظهار الباطل.
- ثقة القارئ في صدق ما تقوله الصحافة، ولا يتأتى ذلك إلا بالحرية. (gaziano,2000,pp87-88)

ويتّضح من التعريفات الوارد ذكرها أنّ معنى المصداقية يتضمن العديد من الأبعاد ذات الصلة بالقائم بالاتصال والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلاميّة ومصدرها، فضلاً عن خصائص الجمهور ومناخ الرأي السائد في المجتمع المعيّن نحو القضايا البارزة خلال فترة زمنيّة معيّنة.

ويمكن القول إنّ المصداقية في بعدها الإجرائيّ هي المعالجة المهنيّة لتقديم المادة الخبريّة بموجب الأبعاد(المعايير والمؤشرات الخاصة بالمصداقية) التي يمكن من خلالها تقييم

مدى مصداقيّة الصحف اليوميّة لدى الجمهور الأردنيّ، وتتضمن على النحو التاليّ :الآنيّة(حداثة الخبر وفورية النشر)، **الحريّة**(عدم وجود قيود حكوميّة تحدّ من إمكانيّة التعبير، وإبداء الرأي، وتقديم الأخبار بسقفٍ عالٍ من الحريّة)، **الموضوعيّة**(فصل الرأي عن الحقيقة، والتجرّد والنزاهة والحياد والتوازن في نشر الصحف للجمهور)، **الثقة**(الموثوقية في مصدر الصحف اليومية، بحيث تحظى بثقة الجمهور) **الشمول**(تقديم عناصر الخبر الصحفيّ والتفاصيل الكافية عن الحدث) **الدقة** (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات، تقديم الأخبار بدقّةٍ) **القرب من الحدث**(تقديم الصحف اليومية الخبر القريب والمهم للجمهور)،**الخبرة** (المعرفة الواسعة في مجال الإعلام) **الأمانة**(تقديم الصحف اليوميّة الخبر كما هو دون تشويه)، **التوازن**(تحقيق مبدأ التكافؤ في عرض وإبداء وجهات النظر حول القضية أو الأحداث)، **الوضوح** (اللغة المستخدمة في نشر الأخبار واضحة، عدم اللجوء إلى استخدام عبارات قد تؤدي إلى لبس في الأخبار لدى المتلقي)، **الاستقلاليّة** (عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)، **المسؤولية الاجتماعيّة** (تناول الأحداث التي تمسّ مصالح الجمهور)، **الكفاءةُ** (إذاعة الأخبار بمهنيّة عالية)، **الحياد**(تقديم الصحف اليومية الخبر دون الانحياز من طرف المرسل)، **الأمانة**(تقديم الصحف اليوميّة الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة).

ويرى الباحثون الغربيون، ومن بينهم (هوفلاند ووايس)، أنّ المصداقية تمثل:"المدى الذي ينظر من خلاله إلى القائم بالاتصال على أنّه مصدر للتأكيدات الصحيحة (valid assertions) ودرجة الثقة في نيّة أو مقصد القائم بالاتصال في نية أو مقصد القائم بالاتصال في نقل أو إيصال التأكيدات التي تعتبر الأكثر صحة (most valid). " (Hovland-weiss,1951,635) .

ومن بينهم ،أيضاً ،(**أندرسون وكليفنجر**)اللذان يرَا أنّ " تأثير وسائل الإعلام يُستمدّ من مصداقية المصدر (مصدر المعلومات) ، وأنّ مصداقيّة المصدر تشكل التركيبة المهمة التي تؤثر على فاعلية إقناع الرسالة للمتلقي " (Anderson-Clevenger ,1963,59).

وقد تنازل هؤلاء الباحثون تقييمهم لمصداقيّة وسائل الإعلام من خلال مصداقية الرسالة " بوصفها سمة لصيقة بالمصدر أو رافد المعلومات أيّا كانت طبيعته ، حيث تكون وحدة التحليل في هذا الصدد القائم بالاتصال نفسه أو جريدة أو مؤسسة إعلامية بعينها."(علي،2006،ص126).

ثانياً: أبعادُ المصداقية

تناولت الدراسات الأولى التي اهتمت بمفهوم المصداقية بعديْن أساسييْن لها: وهما مصداقية المصدر أو القائم بالاتصال، ومصداقية الوسيلة الإعلامية .

وقد اهتمت أبحاث مصداقية المصدر بدراسة كيف يمكن أنْ يؤثر اختلاف خصائص القائم بالاتصال على تقبل الجمهور للرسالة الاتصالية، حيث تمّ تعريف القائم بالاتصال على أنه يشمل الأفراد والجماعات والمؤسسات، ولذلك فقد كانت المصداقية صفة متلازمة بالمصدر.

وقد حدد كل من هوفلاند، وويز(Hovland &Weiss)

بعدين لمصداقية المصدر التي يستخدمها الجمهور في تقييمه للمصداقية وهما الثقة والخبرة، بينما كل من بيرلو وليمرت وميرتز ثلاثة عوامل أخرى خاصة بالمصدر وهي الأمانة والحركية والكفاءة

في حين أوجدت دراسات أخرى أربعة أو أكثر لتقييم مصداقية المصدر، ولكن نيوهاجن ذكر بأنه حين نكون بصدد المحاولة لتحديد أبعاد الحكم على مصداقية الوسائل الإعلامية أو الحكم عليها تواجهنا مشكلتين، هما:

أنّ محاولات البحث عن مصداقية المصدر ما زالت غير محددة فيما بينها بسبب التداخل حول أبعاد تحديدها، هل تكون هذه الأبعاد مجرد مؤشر للمصداقية أم هي معايير في حدّ ذاتها.

تتمثل في تحديد من هو المصدر، أو عدم التفريق بين الشخص القائم بالاتصال في مقابل النظر إلى المؤسسة على أنها هي المصدر.

أمّا الدراسات التي رصدت مصداقية الوسيلة الإعلامية فقد ركزت على الوسائل التي تقوم بتوصيل الرسالة الإعلامية والمضامين المختلفة أكثر من التركيز على مرسل هذا المضمون (مكاوي،2003،ص243).

وقد أثبتت العديد من الدراسات أنّ إجابات المبحوثين حول رأيهم في مصداقية وسائل الإعلام جميعها كانت تأتي في إطار الصورة الذهنية حول إنتاج محدد في وسائل الإعلام أو على الأقل وسيلة معينة .

وحدّد (صالح،2001،ص112)، و(Mitzger) عنصرين أساسين يؤثران في تقييم الأفراد لمصداقية الوسيلة هما العامل التكنولوجي والخصائص البنائية للوسيلة، وذلك كالتالي :

العامل التكنولوجي: تعتبر قدرة التلفزيون على تغطية الأحداث بشكل فورَي ميزة تفتقدها الصحف، ويرى البعض إلى أن هذه الميزة تأتي على حساب الدقة في التغطية .

في حين أشارت الدراسات التي اهتمت بالدقة في التغطية الخبرية إلى أنّ الجمهور ينظر إلى الصحف على أنها أقل دقة وأكثر تحيزاً، حيث يشعر الجمهور أن التغطية التلفزيونية الفورية والحية للأحداث الهامة أكثر أهمية ومسؤولية في التغطية الصحفية .

ومن ناحيةٍ أخرى، فإنّ الطبيعة المرئية للتلفزيون تساهم في إكساب الجمهور شعور بحالية التغطية وعمقها، فتؤدي بذلك إلى تعميق الإحساس بالثقة والتصديق في عقول المشاهدين.

الخصائص البنائية للوسيلة : أشار ميتزيجرMitzger, M.j(2003) إلى أنّ الاختلافات في البناء الهيكلي لكل من الصحف والتلفزيون يؤدي إلى اختلافات في المصداقية .

ومن جهة أخرى أشار فوجFogg(2001) Fogg.bj et al.(2001)."what makes web sites Credible? A Report on a large Quantitayive study".chI.VOI3.NO.I.PP61-68

إلى أنّه على الرغم من أن الدراسات الخاصة بمصداقية الوسائل الإعلامية اختلفت فيما بينها في المحددات التي تسهم في تقييم مصداقية الوسيلة، إلى أنها اتفقت على وجود مكونين أساسيين هما: الثقة، التصديق، الخبرة .

وقد اتفق مجموعة من الباحثين الذين أجروا دراسات حول مصداقية الوسائل الاتصالية على وجود مجموعة من المحددات للمصداقية أطلق عليها اسم دليل المصداقية، وقد تضمنت هذه المحددات إدراك الأفراد لأداء الوسائل الإعلامية في الأبعاد التالية :

1. مدى إمكانية الثقة فيها.
2. العدالة في تغطية الأخبار.
3. الدقة في التغطية الإخبارية.
4. الموضوعية.
5. الحرص على ذكر تفاصيل.
6. عدم الخلط الرأي بالخبر.
7. عدم اختراق خصوصيات الأفراد.
8. تغطية الحدث بالكامل.
9. عكس الاهتمام بمصالح المجتمع.
10. وجود مراسلين مدربين.

ومن المحددات الأخرى التي تطرحها الدراسات: الدقة، السمعة، الخبرة، الحالية، التكامل، العدالة، الوثوق بالمصدر، العملية التحريرية، العمق، الموضوعية، الأمانة، التفاعل، الأهمية الإخبارية، عدم التحيز. (حنان،2003،ص120)

وقد استخدم (**جازيانو و ماغراث**) اثني عشر بعداً للمصداقيّة، وهي: الإنصاف ، عدم التحيز والحياد، التوازن، الثقة، الشمول، الوضوح، الواقعية، كفاءة الصحفيّ، فصل الرأي عن الوقائع والأحداث، واحترام الجمهور ومراعاة اهتماماته. (Gaziano and McGrath ,1986,452-453)

وقام (**ماير**) بفحص **أبعاد المصداقيّة** التي وضعها (جازيانو وماغراث)، وحدد على أساس ذلك خمسة أبعاد رئيسةٍ للمصداقيّة، وهي: **الإنصاف** (منصفة – غير منصفة،**والحيادية** (منحازة – غير منحازة)، **الشمول** (تروي القصة كاملة – ترويها مبتورة)، **الدقة** (دقيقة – غير دقيقة) ، **الثقة** (موثوقة – غير موثوقة). (Meyer ,1988,567-574) .

وكذلك عمل (إنفانتي)على قياس مصداقية مصدر المعلومة أو الخبر وفقاً لثلاثة أبعاد هي:(Infate,1980,19-26)

الموثوقية (trustworthiness): وتمّ قياسها من خلال المؤشرات التالية : (صادق – غير صادق)،(موثوق به – غير موثوق به)، (مخلص – غير مخلص).

الأهلية (expertise) أو الخبرة : وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية :(ماهر – غير ماهر)، (مؤهل – غير مؤهل)، (مطّلع – غير مطّلع).

الديناميكيّة (dynamism) : وتمّ قياسها من خلال المؤشرات التالية : (جريء – خجول)، (نشط – خامل)، (عدوانيّ – وديع) .

وفي ضوء ما سبق يمكن القول بأنّ هناك تبايناً في الرؤى حول المصداقيّة كمصطلح ، فقد طرحت حولها معاني متعددة ومتباينة ، كما ساد الخلط والاختلاف بين المصداقية كمصطلح وأبعادها ومكوناتها في المجال الإعلاميّ في إطار تعدد وتنوع العناصر والوسائل الاتصاليّة.

ثالثاً : مكوناتُ المصداقية:

تشير مكونات المصداقية إلى الرؤية النظرية والمنهجيّة لمصداقية وسائل الإعلام بوصفها متغيراً متعدد الأبعاد وينطوي على هذا المتغير اثنا عشر بعداً ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالفئات التالية :(Johnson,2000,pp865-879)

1. سمات التغطية الإخبارية : وتشتمل على ست أبعاد تتمثل في قدر الثقة في المضمون والشمولية في التغطية، وعدم التحيز، والفصل بين الحقائق والآراء، والدقة في المعلومات والعدالة والإنصاف.
2. تصورات الجمهور حول القائم بالاتصال أو الوسيلة : وتشتمل على ثلاثة أبعاد تتمثل في كفاءة القائم بالاتصال ومؤهلاته، واتباع الوسيلة لتكنيك الغموض وعدم شفافية في طرح القضايا والتركيز على مصلحة الوسيلة دون الاعتبار لمصالح الجمهور واهتماماته .
3. الأداء الإعلاميّ : يشمل بدوره على ثلاثة أبعادٍ تتمثل في احترام خصوصية الأفراد، والمسؤولية الاجتماعيّة ، ومراعاة المصالح الشخصيّة لأفراد الجمهور.

رابعاً: عناصر المصداقيّة في الصحافة

تنطلق عناصر المصداقيّة الإعلاميّة والصحفية ممّا يلي :(المشاقبة ،2012،ص133)

أ. **مصداقية المحرّر أو القائم بالاتّصال وتشمل النواحي التالية :**

- عدم التسرع في نشر الحقيقة .
- العمل لصالح الحقيقة وليس لصالح الحكومة أو المؤسسة الصحفية .
- نشر الحقائق بطريقة مباشرة وليس بالإشارة أو التلميح.
- مراعاة العرف والتقاليد في نشر الحقائق.

- عدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين ونشر الفضائح.

- البعد عن الأخبار الكاذبة والقصص الملفقة حتى لو كانت موافقة لاتجاهات رئيس التحرير وسياسات الدول.

ب. مصداقيّة المضمون وتشمل الآتي:

- وضوح الرسالة حتى في أوقات الخطر.

- اليسر والسهولة في تناول الحقائق .نشر الحقائق بكل أبعادها السلبية.

- الدقّة في تناول الخبر.

ج. مصداقيّة الوسيلة وتشمل الآتي :

- اعتماد الوسيلة الإعلاميّة على الكتاب والمذيعين والصحفيين.

- أنْ تعبر الوسيلة الإعلامية عن هموم واحتياجات الشعب.

خامساً: مقاييس المصداقيّة(Credibility Measurements)

وقد حدد الباحثون العربّ بدورهم أبعاداً لقياس مستوى المصداقية التي تتناسب مع خصوصية المجتمعات العربية، ويحدد محمد سيد محمد أربعة مقاييس كمتطلبات لدراسة مصداقية الإعلام بصفة عامة والإعلام العربيّ بصفة خاصة تشمل: (محمد،2007،ص39)

1. **المقياسُ اللغويّ** : بمعنى وضوح اللغة في التعبير، والتي تعد عاملاً حاسماً في صدق الرسالة الإعلاميّة، بينما يؤكد غموض اللغة في الرسالة الإعلامية في معظم الأحيان عدم المصداقيّة .

2. **المقياسُ الأيديولوجيّ** : بحيث لا تحجب النظرة الأحادية بقية الأبعاد ، فتصبح الواقعة أو القضية أو الظاهرة غير واضحة بسبب غيبة بقية الأبعاد التي تجلي الظاهرة وتزيدها وضوحاً ومصداقية.

3. **مقياسُ عدم المعرفة** (جزئية المعرفة): ويعني عدم المعرفة، أو جزئية المعرفة ويرتبط هذا المقياس بجهل القائم بالاتصال وعدم معرفته بالموضوع الذي يكتب عنه وهو ما يعني الجهل المهني.

4. **مقياسُ التزوير**: وهو المقياس الذي يمثل جانب الجريمة المباشرة في المتطلبات الأساسية لدراسة المصداقيّة في إعلام أي مجتمع، ويتضمن تغيير الحقائق، والإحصاءات والأرقام أو إغفال بعضها.

واتفق العديد من الباحثين أنّ المصداقيّة متعددة الأبعاد، وقد اكتشف كلٌ من هوفلاند وويس(Hovland and weiss,1951) بعدين رئيسين لتقييم مصداقية المصدر هما : الثقة والخبرة وبناء على هذين البعدين تمّ تحديد الأبعاد الرئيسية للمصداقية من قبل الباحثين واهتمامهم بهذا الموضوع من خلال التحليل العامليّ، حيث حدّد كل من جاكسون ولي وتيرلو وليمرت وميرتز خمسة عوامل تتعلق بمصداقية المصدر : (الكفاءة والدقة والأمانة والوضوح والكمال).(النجار،2005،ص381)

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول بأنّ هناك تبايناً في الرؤى حول المصداقيّة كمصطلح، فقد طرحت حولها معاني متعددة ومتباينة، كما ساد الخلط والاختلاف بين المصداقيّة كمصطلح وأبعادها ومكوناتها في المجال الإعلامي في إطار تعدّد وتنوع العناصر والوسائل الاتصالية، إلاّ أن ورغم التباين فقد خلص العديد من الباحثين إلى أنّ مفهوم هو مفهوم متعدد الأبعاد يمكن قياسه من خلال بعض المؤشرات، إلاّ أنّ هذه الأبعاد تتفاوت بين باحث وآخر .(Bae,sung-woo)

ونتيجة لما شهده العالم والمجتمعات جميعها بصفة عامة والمجتمع الأردنيّ بصفة خاصة في السنوات الأولى من هذا القرن من أزماتٍ متلاحقة شكلت تحديًّا كبيراً للصحف بمختلف

توجهاتها وانتماءاتها الأيديولوجية في تناول هذه الأزمات بما يتفق مع قواعد النزهة والموضوعية وغيرها من القواعد المهنية أصبحت هنالك حاجة ملحة إلى دراسة مصداقية الصحف على اختلاف أشكالها واتجاهاتها، ولا سيما من حيث قابلية الرسالة للتصديق بالنسبة للجمهور المتلقي.

المبحثُ الثالث

العوامل المؤثرة في مصداقيّة الصحف اليوميّة الأردنيّة

يمكن تقسيم العوامل المؤثرة في المصداقية إلى عدّة عوامل هي:

أولا – السياساتُ التحريريّة :

1- تعريف السياسة التحريرية:

اختلف الباحثون في تعريف السياسة التحريرية؛ لأنّها تتعلق بمجالات كثيرة ومتشعبة تحيط بالصحيفة من الداخل والخارج .

ويقصد بالسياسة التحريرية " مجموعة المبادئ والقواعد التي يلتزم بها الجهاز التحريري في نقله للأحداث والوقائع المختلفة وفي التعبير عن وجهات النظر حول القضايا والمشكلات الطروحة في المجتمع وطريقة عرض الأحداث على صفحات الجريدة.(عبد النبي،1989، ص16).

ويعدها (توماس بيري) أنها الجهة التي تختار وسيلة الإعلام اتباعها لما يقال وكيق يقال لتهتدي بها في عملها، وكيفية التعامل مع الأخبار (بغدادي،2009،ص75).

والسياسة التحريريّة الرشيدة كما يرى خبراء الاتصال هي التي تضع الرأي العام نصب أعينها بأن يحاط علماً بكل ما يمسّ مصالح أفراده وحياتهم وكل ما يدور حولهم بأمانة وصدق(إمام،1994،ص118)، ويؤكد المختصون بالصحافة أن يتفق الخبر مع السياسة لعامة لتحرير الصحيفة سواء من حيث الموضوع أو اللغة أو طريقة العرض، فالخبر عن جريمة من الجرائم البشعة أو اللاأخلاقية قد يكون صالحاً لصحيفة معينة، لكنهُ لا يصلح لصحيفة أخرى (مرجع سابق).

وتتعامل الصحافة مع ثلاثة محاور، تقع تحت تأثير السياسة التحريرية للصحف والاتجاهات التي تنشر الأخبار وفقها، وهي :

-قرّاء : يرون فيها نفاقاً ومجاملة وطمساً للحقائق ، والمبالغة والتعتيم والإثارة وإهمالاً وتجاهلاً لمشاكلهم الحقيقية .

-حكّام : يتهمونها بتأجيج مشاعر العداء والكراهية والمبالغة ضدهم من قبل المحكومين، وتشجيعهم على التمرد والعصيان ؛ لتحقيق الأمجاد ولو على حساب المصلحة القوميّة.

-صحفيون يعترفون أن مهمتهم صعبة ويعجزون عن إرضاء الحكام والمحكومين، ويضيقون بالانتقادات الموجهة من الطرفين.

ويؤثر في السياسة التحريرية للصحيفة مجموعة من العوامل، لاحظ الباحث عدم وجود اتفاق تامّ حولها بين من تناولوها بالبحث أو الكتابة ؛ فمنهم من اتفق في بعضها، واختلفوا في بعضها الآخر ، ومنها من يتصل بالصحيفة أو المؤسسة الصحفية من الداخل، وبعضها يرتبط بالنظام الإعلاميّ السائد، أو الأوضاع السياسية والاجتماعيّة والثقافية السائدة.

ويرى (عبد المجيد،علم الدين ،2008،ص37) أنّ هناك معايير أخرى مؤثرة في السياسة التحريرية وهي :

أ. القيود المفروضة على الصحف وحجم الحرية المتاحة لها سواء مباشرة أو غير مباشرة .

ب. المعايير التي تحكم السلوك الاتصاليّ بالمجتمع تبعاً لسمات هذه المجتمع وحاجته.

ت. معايير السلوك المهني ومواثيق أخلاقيات المهنة .

ث. السياسة العامة للدولة والظروف السائدة في البلاد سياسياً واقتصادياً واجتماعياً .

2- علاقة سياسة التحرير بالواقع الاجتماعيّ :

أ- علاقة السياسة التحريرية بالمجتمع

إنّ المجتمع الديمقراطي يجب أن تتوافر فيه التعددية الصحفية ، وهذا يعني أن تكون الصحف الصادرة فيه متنوعة في اتجاهاتها السياسية ومنطلقاتها الفكرية وسياستها التحريرية حتى يمكن أن يحصل الفرد على حقّه الكامل بالمعرفة (صالح،2004،ص13).

والصحافة باعتبارها وسيلة إعلامية تعبر عن نبض المجتمع، فإن صانعي القرار يحرصون على مطالعتها لمعرفة ما يدور في المجتمع من آراء (الباليتز،2004،ص277) خاصة متابعة الصحف المستقلة التي تعرض الآراء والانتقادات بصورة وبطرح أقوى من الصحف الرسمية أو شبه الرسمية.

وظروف المجتمع تؤثر كثيراً بالمؤسسات الإعلامية واتجاهات سياستها واتخاذ القرارات فيها، فلا يستطيع إلّا أن تنسجم مع قيم هذا المجتمع ومتطلباته (عبد العظيم،1998،ص39)، وهذا الالتزام المفروض على المضامين الصحفية يجعلها تحيد في الكثير من الأحيان عما هو صحيح فتتأثر(المصداقيّة) وتعيق الحراك الشعبي وأيضاً عدم التطرق للقوانين الخاصة بقيم المجتمع وعدم القدرة على طرحها بالنقد أو الدعوة لتغييرها.

فالتحرير الإعلامي يتم بواسطة مؤسسة اجتماعية تستجيب للبيئة التي تعمل فيها ، فتؤثر في النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي التي تعمل فيه، وتتأثر هي بذلك الناظم(الدليمي،2012،ص215).

والبناء الاجتماعيّ يشكل السمات والخصائص العامة لوسائل الإعلام، وهذه السمات تؤثر في نوعية المضمون المقدم وأشكال الأداء الإعلاميّ، ونوعية الرقابة المفروضة ووضعية الإعلام وبنائه (خوخه، 2009،ص103).

ويطرح الصحصاح الوظائف الواجب تبنيها من قبل الصحف ، والتي تصلح للمجتمعات النامية المحتاجة لها، وهي :

1. تغطية الأحداث بشكلٍ دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقيّ .
2. طرحها الآراء دون الاقتصار على طرح الأفكار والآراء التي يراها القائمون على وسائل الاتصال أو أي فئة أخرى .
3. الإسهام في حثّ الجماهير على المشاركة في إدارة مجتمعاتها وتنمية إدراكها السياسيّ
4. التأكيد على الهوية الثقافية للمجتمع ، وحماية القيم الثقافية المقبولة أو المرغوب فيها .
5. التعبير عن هموم الجماهير وآماله .

(ب) علاقة سياسة التحرير بالجمهور

جانب كبير من اتجاهات سياسة التحرير الصحفيّة يتحدد على ضوء ما يتصور أنه يمثل احتياجات الأفراد في المجتمع، فتهتم الصحيفة بتلبية هذه الاحتياجات ، باعتبار أنّ القارئ هو مستهلك الصحيفة أو المعنى بالتأثير، وإن لم تلبّ هذه الاحتياجات فإنّ النتيجة هي (انصراف الجمهور) عن الصحيفة وبالتالي انخفاض توزيعها وفقدان الثقة فيها.(عبد النبي،1989،ص95).

ويتم التعرّف إلى احتياجات الجمهور واهتماماته بوسائل عدّة : بينها المسوح الميدانيّة وتحليل وسائل بريد القراء ، والنزول المستمر إلى الجماهير في مواقعها المختلفة ، وتناول هذه الاهتمامات وأخذها بالاعتبار في تقييم المضامين الإعلاميّة المختلفة والطريقة التي يتم بها معالجة الأحداث.(نفادي،1996،ص210)

ويرى (فايز،2006،ص68)، أنه يمكن تحديد العلاقة الفعلية لجمهور الصحيفة بالسياسة التحريرية من خلال مستويين :

1. تحديدُ الجمهور الفعليّ الذي يقرأ الصحيفة بالفعل ، أو الجمهور المستهدف الذي تخطط الصحيفة للوصول إليه ليصبح جمهوراً فعلياً ، ومعرفة سماته وخصائصه العمرية والسيكولوجية والاجتماعية والاقتصادية واهتماماته.

2. يتعلق بما يريده وما يحتاج إليه، وهل تسعى السياسة التحريرية إلى الاكتفاء بتلبية رغبات الجمهور أم تهدف إلى الموازنة بين ما يرغب فيه وما يحتاجه بالفعل .

والصحيفة عليها أن تقدم ما هو مناسب لجمهور القرّاء من ناحية المضمون والصور والمساحة التي يحتلها الموضوع الصحفي ؛ لأنّ المجتمعات البشرية تختلف عن بعضها بالعادات والتقاليد والأعراف والقيم إضافة إلى اختلاف الأديان ومدى التمسك بها وهذا يحتم الاختيار من بين الأخبار أو المعلومات أو التفاصيل أو الوقائع بين ما هو مناسب لهؤلاء القرّاء .(أدهم،1984،ص58)

ويؤكد (محمد عزت) قوة استجابة الصحيفة للجمهور؛ لأنّ المنافسة بين الصحف شديدة ومستمرة وزادت حدّتها في الفترات السابقة ؛ الأمر الذي أدّى إلى أن تعمل كل صحيفة على استرضاء القراء بأية طريقة (عزت،2010،ص87)، لكن قد يحدث صدام بين الجمهور والصحيفة إذا ما كانت سياستها التحريرية جامدة غير مرنة ولا تقبل بالتغيير، الأمر الذي يعرضها للمزيد من النقد، إضافة إلى أهمية نوع الصحيفة في هذه الحالة فالصحيفة الرسمية أو شبهها لا تستطيع أن تخضع للكثير من ضغوط القرّاء، لأنّ هنالك سلطةً سياسية مسيطرةً عليها، قد لا تتفق أحياناً مع هذه الضغوط الجماهيريّة، أما الحال في الصحف المستقلة فدرجة الاستجابة متفاوتةً.

والجمهور تختلف تفضيلاته للمضامين الإخبارية ، والتأثر بها يكون باختلاف أفراده في خصائصهم المتنوعة ثقافياً وديموغرافياً وسيكولوجياً، الأمر الذي يجب أن يؤخذ بعين

الاعتبار من قبل الصحيفة (أحمد،2008،ص301)، وهو متطلب مهم وحيوي يفيد الصحيفة في توجيه الرسالة الاتصالية بأسلوب مناسب للقراء ، فما يجذب القارئ إلى فقرة معينة هو سمات القارئ، إلى جانب أسلوب عرض الفقرة ومضمونها وتناولها للحدث. (عبد المجيد، علم الدين،2004،ص27).

وثمّة تقسيم لأشكال مختلفة للسياسة التحريرية وفق معيارين(الشملول،2001،ص158)

أ- المضمون المقدّم وطبيعته وأسلوب كتابته.

ب- نوعيّة الجمهور القارئ الذي تقدم له.

وهناك وفق هذا التقسيم نوعان من الصحف: الجادة والشعبية، فالصحف الجادة لها جمهور مختلف يتمثل بقيادات الرأي، والفئات المهمة في المجتمع، وتعرض الأحداث العالمية بأسلوب منطقي وليس عاطفياً.

في حين لا تراعي الصحف الشعبية القيم الصحفية الإخبارية المتعارف عليها ، ولا تهتم باللهجة المتزنة الوقورة في اللغة، وتركز على الأخبار المثيرة ، وتوزيعها يصل لأعداد كبيرة، وهي تعتمد على الأخبار الخفيفة، وتخاطب جمهوراً أقل ثقافة من جمهور الصحف الأخرى(صحف النخبة).

(ج) علاقة سياسة التحرير بالرأي العام

بتعدد الأشخاص الذين درسوا الرأي تعددت المفاهيم، وتعود الصعوبة في الاتفاق على مفهوم واضح ومحدد له إلى طبيعته التي تتأثر بالنظام السياسيّ والاجتماعي السائد، والذي يختلف من نظام سلطوي إلى آخر ليبرالي.

ومن هنا، فإنة من الأفضل أن نحاول التعرف على هذا المصطلح – الرأي العام – عن طريق محاولة الاقتراب من مفهوم له، لذلك الأفضل القول مفهوم الرأي العام، بدلاً من تعريف الرأي العام.(كحيل،1985، ص23)

ويرى العالم الأمريكي (ليونارد دووب) أنّ الرأيَ العام " هو اتجاهات الناس إزاء قضية ما، حينما يكونون أعضاء في نفس الفصيلة الاجتماعيّة، أو الجماعة المحليّة (الغنام،1977،ص261).

والملاحظ هنا أن(دووب) يغفل عنصر الزمن الذي يمثل أهمية كبرى في تكوين واستمرارية الرأي العام ، نظراً لما يمثله من مدى استمرارية القضية أو عدم استمراريته، كما يلعب دوراً هاماً في تغيير الأفكار والنظريات بالنسبة للأفراد ، مما يؤثر بالتالي على الرأي العام .

أمّا (هارولد تشيلدز) فيرى أنّ الرأي العامّ: هو مجرد مجموعة من الأراء الفرديّة، وهو يستند إلى جمهور نوعيٌ معيّن، بالنسبة لاتجاهاته إذ هو حاصل جمع الآراء الفردية.(عبدالقادر، 1977،ص6).

إنّ الصحافة ترتبط ارتباطاً وثيقاً عند تكوين الرأي العام بالنظام السياسيّ وقوانين آلية العمل، وهي عند سعيها في إحداث أثر معين في الجمهور يتطلب ذلك من القائمين على الرسالة الصحفيّة تلوين مضمونها وتشكيله؛ ليكون ذا تأثير بالرأي العام وتشكيل اتجاهاته(حجازي،د. ت،ص44)، والرأي العام له تأثيره في اتجاهات سياسة التحرير للصحف، وبناء أجندتها وتناولاتها السياسية المتعددة.

وتستخدم الصحافة لأهمية الدور الذي تقوم به لإدارة الأزمات أو احتوائها؛ لإيضاح السياسة التي تسير وفقها لتسهم هذه الصحافة في إيجاد المواقف المساندة لهذه الأنظمة (شقير،

د. ت، ص 19)، كما أنّ السياسة التحريرية للصحيفة هي التي تتحكم بمدى تأثير الصحيفة بالرأي العام وذلك عندما نلاحظ توافد الأشخاص على قراءة صحيفة أكثر من غيرها، في حين تعدّ الآراء والافتتاحيات والأفكار التي تحملها الأعمدة قنوات رئيسية تمكن رجال السياسة من الاطلاع على شرائح الرأي العام وتوجهاته.

فالسلطة السياسية تستطيع أن تقيس ردة فعل الرأي العام إذا ما جعلت الصحيفة تتناول قضية ما، وتسلط الضوء عليها قبل تنفيذها أو اتخاذ القرار فيها، الأمر الذي يرشد السلطة ، ويقلل من فرص تعرضها لخطر الانتقاد(عبد الباقي،2009،ص69) فالصحافة مصدرٌ مهمّ لقياس الرأي العام وتحديد اتجاهاته إزاء القرارات والمواقف (المصالحة،1996،ص79)؛ لهذا فإنّ تحكم السلطة السياسية باتجاهات سياسة الصحيفة يعني أنّ الصحيفة ستبذل قصارى جهدها للتأثير في الجمهور لصالح القرارات الحكوميّة وبث روح التفاؤل والنجاح القادم من خلال مضمون الرسالة، في حين أن الصحف المستقلة في سياستها تحظى بثقة أكبر من الجمهور، وتتناول طرح القضايا بالتحليل الناقد وتسليط الضوء على التقصير وما هو سلبي وتتسم بأفضلية في حراسة المجتمع وتوجيه الرأي العام.

د- علاقة السياسة التحريريّة بالسياسات الإعلانيّة

ما زال الإعلانُ على الرغم من كل ما حققه من انتشار وذيوع ، واقتحامه كل وسائل الاتصال، من أكثر الأدوات والأساليب التسويقية والإدارية والاتصاليّة التي تعرض للجدل والنقاش، فكلما تعددت تعريفات الإعلان اختلفت الآراء والاتجاهات، والمواقف حول فحواه للجمهور.(فايز،2006، ص48)

فالإعلان(Advertising)"هو نشاط اتصاليّ يهدف إلى الإعلام عن سلعة(أو فكرة أو خدمة) والترويج لها عبر وسائل الاتصال بالجماهير، ومن المعروف أن الإعلان يكون مقابل أجر

معلوم، وهدفه التأثير على المستهلك ودفعه للقيام بعمل، أو سلوك مقصود ومحدد.(الموسى،2012،ص239).

ويشير الدكتور (سمير حسين) أنّه بالنظر إلى التعريفات المختلفة للإعلان، نجد أنّ معظمها يؤكد على أنّ الإعلان نشاط متكامل ومتفاعل وهادف ، فضلاً عن كونه مزيجاً من أوجه نشاط مختلفة، ويذهب إلى أنّ " الإعلانّ هو كافة الجهود الاتصالية والإعلامية غير الشخصية المدفوعة، والتي تقوم بها مؤسسات الأعمال ، والمنظمات غير الهادفة إلى الربح ، والأفراد والتي تنشر أو تعرض أو تذاع باستخدام كافة الوسائل الإعلانيّة، وتظهر من خلالها شخصية المعلن، وذلك بهدف تعريف جمهور معين بمعلومات معينة وحثه على القيام بسلوك معين."(حسين،1983،ص13).

ويعدّ الإعلان من الوظائف الأساسية للاتصال في المجتمعات الحديثة ، ويقدم عدّة خدمات كاطلاع الجمهور عما هو جديد من السلع ومميزاتها، إلاّ أن سلبياتها والانتقادات مختلفة على الصعيدين الاقتصادي والاجتماعيّ(Felder,1978,pp.303-307) ومن الانتقادات التي وجهت على الصعيد الاقتصادي، القول بأنّ الإعلان يدفع الناس إلى الإغراق في الاستهلاك وشراء سلع لا يحتاجونها، كذلك اتضح أنّ الإعلان يتسبب في إيجاد إحباطات عند الفقراء الذين لا يتمكنون من ابتياع السلع الفاخرة المعلن عنها أو اقتنائها ،وأنّ الإعلان يتسبب أيضاً في رفع أسعار المنتوجات والخدمات لأنها تحتسب سعر الإعلان من الثمن. (الموسى،2012،ص245)

ومن أهم الإشكاليات التي تطرحها علاقة الصحافة بالإعلان موضوع كمية التواجد الإعلاني في صفحات الجريدة؛ وحجم الإيرادات الإعلانية المستهدفة من قبل المؤسسة

الإعلاميّة وأخيراً الضوابط والقواعد والمعايير التي تحدد قبول نشر الإعلان أو رفضه.(العودات،1997،ص16-21).

ومن هنا، تعدّ الأولويّة مع الأسف الشديد، تعطى للواردات الإعلانيّة على حساب المساحة التحريرية والمادة الإعلاميّة حيث أنّ معظم الصحف العربية تخصص نسبة تفوق 65% من مساحتها الإجماليّة للإعلانات، كذلك من جهة أخرى نلاحظ الخلط بين التحرير والإعلان؛ فعلى سبيل المثال يمثل هذا الإشكال المخالفة رقم واحد في جدول مخالفات الصحف المصرية بنسبة تتجاوز الـــــ60% من مجمل مخالفات أدبيات الممارسة المهنية.(مجلة الصحفيون،1990)

ويأتي تأثير الإعلان بهذا الشكل على الصحف لأنهُ يعد القوام الذي ترتكز عليه في وجودها، فرغم تأثيره الكبير في مضمونها وما لهُ من نتائج سلبية خلعت بسببه العديد من الصحف(ثوب المهنية) إضافة إلى تأثيراته في المجتمع وتقاليده(المسلمي،2011،ص95)، وما هو خطير أنّ الصحف تعمل على إرضاء الشركات المعلنة ، وكسب ودها من أجل الإعلان فيها الأمر الذي أدى بهذه الصحف إلى التراجع عن التغطية ، وعدم نشر العديد من القضايا التي تمس المواطنين .(عبيدات،2003،ص63)

فالسياسة التحريريّة للصحيفة تضع الربح المالي مقدماً مقدماً على الرسالة الصحفيّة، وتركز على الرواج والربح، وقد أدى تطويع المضامين الإعلاميّة لأصحاب الإعلانات إلى فقدان هذه الوسائل للوظائف التي ينتظرها المجتمع، كما أدّى ذلك في العديد من الدول إلى أن الشركات أصبحت تتحكم بالمجتمع من خلال اختراق العقول وتشكيلها، دون مراعاة لما لهذا من خطورة كبيرة تستدعي من سياسة تحرير الصحف أنّ تدرك المخاطر وألاّ تنظر فقط للأرباح.

حيث ظهر العديد من العوامل التي تتحكم بالسياسات الاقتصاديّة لوسائل الاتصال الجماهيري:(عبدالمجيد،علم الدين،2008،ص26).

1. السياسات الماليّة للحكومة وتسخيرها للخدمات التي تستعين بها الصحافة في أثناء أداء عملها.
2. الضرائب الماليّة التي قد ترى للحكومة فرضها على نشاط الصحافة، أو الإعفاءات الضريبية التي تقدمها.
3. الإعلان إذ يعدّ مصدراً رئيساً لتمويل الصحافة.
4. المساعدات الماليّة التي تقدمها الحكومات للصحافة.
5. نمط الملكية الصحفيّة .

فللإعلان دورٌ مهم في الصحافة الأردنيّة حيث يسهم في تمويل العديد من الصحف التي تعتمد على وارداته في تيسير شؤونها، وقد عرف الأردن الصحافة الإعلانيّة المتخصصة بصدور صحيفة الفرصة الإعلانية وذلك بتاريخ 1993/10/10(عبيدات،2003،ص70).

ويتبين للقراء الأردنيين أنّ الصحفَ شبه الرسمية والمدعومة من الحكومة هي ذات الحصة الكبرى في نشر الإعلانات الحكوميّة ، وبالتالي لديها قدرة مالية جيدة ، ويلاحظ أنّها تزخر بالإعلانات التي تحاصر المواد التحريرية في الكثير من الأحيان ، والأمر ذاته لدى الصحف الخاصة والتي تعتبر الإعلان شريان الحياة له .

ثانياً: أخلاقياتُ القائم بالاتصال والضغوط التي يتعرض لها ومدى تأثر المصداقيّة بها :

تعدّ دراسة القائم بالاتصال – كعنصرٍ مؤثّر وفعّال في عمليّة الاتصال الجماهيريّ – من الدراسات الحديثة نسبياً، إذا قيست في إطار البعد الزمنيّ للدراسات التي تناولت العناصر الأخرى للعمليّة الاتصاليّة،وهي الرسالة Message والوسيلة Media والمستقبلReceiver.. إضافةً إلى التأثير Effect ورجع الصدى Feedback.(زلطة،2007،ص13)

حيث يميل بعض أساتذة وخبراء الاتصال إلى تعظيم الدور الذي يلعبه كل من القائم بالاتصالCOMMUNICATOR والوسيلة Media والجمهورAudience كعناصر ثلاثة تأتي في صدارة العناصر الستة التي تشكل عملية الاتصال الجماهيري .(المصدر نفسه،ص16)

ولا يعني تعظيم كل من هذه العناصر الثلاثة إغفال الدور الذي يلعبه كل من الرسالة والتأثير ورد الفعل، ولكن هذا الدور مرتبط بصفة أساسية، بمدى كفاءة كل من القائم بالاتصال والوسيلة وتفاعل الجمهور. ويرى أنصار تعظيم دور الوسيلة، وفي مقدمتهم مارشال ماكلوهان، أنّ نجاح الاتصالِ يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقدرة وفاعليّة الوسيلة. ويقول ماكلوهان إنّ مضمون الرسالة ليس بقدر أهمية نوعيّة القناة أو الوسيلة . ومن هنا جاءت عبارته الشهيرة:"الرسالة هي الوسيلة ".(صابات ،1975،ص1)

إلاّ أنّ هناك وجهة نظر أخرى ترى أنّ " **الجمهور**" يعدّ أهم أركان العملية الاتصالية . ويساند هذا الرأي عدد من أساتذة الصحافة ، تقول الدكتورة أسماء حافظ: " إنّ الجمهور يعدّ عصب العملية الاتصاليّة الإعلاميّة ومحور الجهود التي يستهدفها القائم بالاتصال".(حافظ،1993،ص132)، وتضيف:" إنّ الصحف تمارس نشاطاً إعلامياً إقناعياً، يعتمد على وسائل دفع وحث القرّاء وتحفيزهمMotivation بهدف التأثير في سلوكهم تحقيقاً

لنوع من المشاركة الجماهيرية، وزيادة الإقبال على الصحيفة وتعميق الصلة أو الارتباط بها فضلاً عن اجتذاب قرّاء جدد.

ويرى الدكتور(منير حجاب) أنّ "المستقبلَ هو أهم حلقة في عملية الاتصال ". ويدلل على وجهة نظره بقوله:" إذا لم يصل المصدر إلى المستقبل بالرسالة ، يصبح وكأنه يتحدث إلى نفسه. ومن أهم الأمور تؤكدها نظرية الاتصال ، ضرورة الاهتمام بالشخص الموجود في نهاية السلسلة، أي المستقبل" .(حجاب ،1982،ص55)

وقد حدد بعض أساتذة الاتصال ثلاثة عناصر ، تمثل من وجهة نظرهم – أبرز الاتجاهات في الدراسات المعاصرة لجمهور وسائل الاتصال ، على النحو التالي :

1. النظرة إلى الاتصال الجماهيريّ كعملية يتفاعل أطرافها ، ويؤثر كل منها في الآخر، وبالتالي لم يصبح الجمهور في إطار هذه العملية سلبياً في اتجاهاته وتأثيراته، وإنما أصبح يمثل في العمليّة كعنصر إيجابيّ يؤثّر في اتجاهات المصدر نحوه، وفي اتجاهاته أيضاً نحو المحتوى، ويؤثر في الوسيلة من خلال الاختيار المتبادل.
2. النظرة إلى الاتصال الجماهيريّ كنظام اجتماعي، يعتبر الجمهور، الذي يتسم بالتنوع والانتماء إلى طبقات وفئات متعددة، أحد عناصر هذا النظام.
3. تطور النظرة إلى الجمهور وعلاقاته المتبادلة مع كلّ من النظام الاجتماعيّ بثقافاته وبنائه واتجاهات الحركة فيه من جانب ونظام وسائل الاعلام من جانب آخر ، وارتباط هذه العلاقات المتبادلة بالتأثيرات الخاصة على سلوك الجمهور واهتماماته .(عبد الحميد،1993،ص24-25).

ويقول أحد أساتذة الصحافة، من المهتمين بقضية "**المصداقيّة** " إنّ هناك إجماعاً بين ممارسي الاتصال ودارسيه ومتخذي القرار الاتصاليّ والسياسيّ على أنّ مصداقية الاتصال

بعامة، والاتصال الجمعي والجماهيري بصفة خاصة، هي مكونٌ أساسيّ لنجاح عملية الاتصال، وأنها أحد المعايير المهمة المميزة بين وسيلة اتصال وأخرى، والتعرف عليها وتبين أبعادها ومكوناتها وأساليب قياسها لكل أطراف عمليّة الاتصال، ومع الانفجار الاتصاليّ الذي نعيش فيه والنتاج عن ثورة المعلومات الحاليّة التي تستند على الحاسبات الالكترونية والاتصالات السلكيّة واللاسلكية والأقمار الاصطناعيّة وغيرها يزداد التلوث وتزداد أزمة الثقة أو التصديق أو أزمة المصداقيّة الاتصاليّة (علم الدين،1989،ص7)

وفي إطار الحديث عن "المصداقيّة " ومدى الربط بينها وبين القائم بالاتصال تبين أنّ المصداقيّة تعدّ ركناً هاماً من أركان أخلاقيات الممارسة الإخباريّة، حيث تجدر الإشارة إلى ما يمكن أنْ يطلق علية "مثلث المصداقيّة" ويضم ثلاثة أضلاع: مصداقيّة القائم بالاتصال، ومصداقيّة الوسيلة، ومصداقيّة الرسالة .

وفي هذا الصدد يقول الدكتور (علي عجوة): " إنّه ينبغي أن يتمتع المصدر أو المرسل بدرجة عالية من المصداقيّة لكي يقبل أفراد الجمهور على الاستماع إلى ما يقول ، مع استعدادهم للاقتناع إذا تهيأت الظروف الأخرى المكملة للعملية الاتصاليّة " ويضيف إنّه " لكي تتحقق هذه المصداقيّة ينبغي أن يكون المتحدث خبيراً متخصصاً في المجال الذي يتكلم فيه، كما أنّ ثقة المصدر في نفسه بالإضافة إلى مركزه الاجتماعيّ ومهاراته في مجال الاتصال والإقناع تتيح له التأثير على الجمهور الذي يصبح مستعداً لتصديق ما يقول".(عجوة،1984،ص20)

وقد تناول الدكتور (محمود علم الدين) قضية مصداقيّة الاتصال في دراسة مفصلّة له حول هذا الموضوع ، وفيها ذكر أنّ بعض الدراسات تتجه إلى تحديد مجموع المتغيرات الحاسمة المؤثرة في مصداقيّة المصدر في ثلاثة متغيراتٍ أساسيّة هي :

1. توافُر الخبرة لدى المصدر Expertise ومدى إلمامهِ بجوانب الموضوع .

2. توافُر الثقة في المصدر Trust Worthines .

3. توافُر درجة الإعجاب بالمصدر Likeability وهي التي ترتبط بمدى قدرة المصدر في أن يكون أكثر جاذبيّة للجمهور.

وتؤكد هذه الدراسات أنّ المصدر الذي يحوز درجات عاليّة في هذه الأبعاد الثلاثة يكون مصدراً ذا درجة عاليّة من التصديق .(علم الدين 1989،ص28-29).

وفي مواجهة قضية المصداقيّة نجد أنّ القائم بالاتصال – كما يقول الدكتور محمود علم الدين – لديه اهتمامان أساسيان :

الاهتمام الأول: أن يكون على وعي بمصداقيّة مصدر المعلومات فالمحرر الإخباريّ مثلاً عليه أن يفهم معرفة وموثوقيّة المتحدث إليهِ ، ومنفذ الإعلان عليه أيضاً أن يقيم مصداقيّة شهادة المستهلكين بصدد سلعة أو منتج ، وعلى مسؤول العلاقات العامة في مؤسسة ما أن يقيّم مصداقيّة بحوث الرأي العام التي يضع خططه على أساسها .

الاهتمام الثاني: أن يكونَ على وعي بمصداقيّة المعلومات للجماهير ، فعلى القائم بالاتصال اختيار وعرض الرسائل التي سوف تكون مصدقة ومفيدة لمستقبلي رسائله كما ينبغي عليه صياغة الرسائل بمهارة واتساق لكي يبني الثقة الجماهيريّة في مصداقيّة المعلومات المقدمة(المرجع نفسه ، ص35)

أمّا عن مصداقيّة وسائل الاتصال Medium Credibility فيرى البعض أنها مجرد قابلية الوسيلة للتصديق ، أو الاعتقاد في صدقهاBelievability ويرى آخرون أنها تعنى إمكانيّة الاعتماد عليها Dependability ويرى فريق ثالث أنها تعنى إمكانية الوسيلة

وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل ، ويرى البعض أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة .

أما عن مكونات مصداقيّة الوسيلة الاتصالية فقد حددها الخبراءُ والباحثون في عدة نقاط، من بينها : الكفاءة، والدقة، وتقديم أحدث الأخبار، والعناية بالمجتمع، والعناية بما يفكر فيه الناس، وعدم التحيز، والقيام بالدور الرقابيّ، وعدم الإثارة، والشجاعة، والحيويّة، والإنصاف، واحترام خصوصيّة الناس، وفصل الحقائق عن الآراء والالتزام بالمعايير الأخلاقيّة والمهنية.(المرجع نفسه ،ص57-58)

وتناول باحثون آخرون الجانب السيكولوجيّ في قضية المصداقيّة ، وهم يرون أنّ الأساس السيكولوجيّpsychological Base لقوة وسائل الإعلام ينبع من علاقات المصداقيّة والثقة التي طورتها هذه الوسائل مع جمهورها، على الرغم من اختلاف درجات المصداقيّة، كما ترجع القوة السيكولوجيّة لوسائل الإعلام إلى قدرتها على إنجاز توقعات الجمهور والثقة في العلاقات القائمة بين المؤسسات الإعلاميّة والجمهور عبر الزمن .(حمادة ، 2008،ص281)

وتعتمد مصداقيّة الصحيفة كوسيلة اتصال جماهيريّة – من وجهة نظر بعض خبراء الصحافة في الغرب – على ثلاثة معايير هي:الأسلوب والذوق والجودة(آجي،1987،ص281)، أمّا عن مصداقيّة الرسالة الإعلاميّة، فيحذر أساتذة الاتصال من الكذب عند صياغة مضمونها "فالكذب أداة مضادة إذا أمكن اكتشافه، وحيث يمكن سماع الكثير من محطات الإذاعة في عالم اليوم مما يجعل اكتشاف الكذب أقل صعوبة من ذي قبل، كما أنّ الكذب يرتبط بالأساليب غير الأخلاقيّة في الإعلام والدعاية، ممّا يضر في التحليل النهائي بقضية التنمية الوطنية . (العويني، 1981،ص24)

وفي دراستي هذه، كانت من بين الأسباب التي رأى المبحوثون الذين شملتهم عينة البحث أنّ السبب الوحيد وراء ميل القرّاء إلى تصديق الصحافة الأردنية والثقة بها، كما يلي :

أ. محاصرة القارئ إعلامياً من أكثر من جهة.

ب. أنّ الأردنيين يحترمون الكلمة المكتوبة، وما زالت بالنسبة لهم، لها سحرها وتأثيرها.

ت. لأنّ الصحافة هي أهم وسيلة رسمية.

أمّا أهم الأسباب التي توصلت إليها في عدم تصديق القرّاء للصحافة الأردنيّة وعدم ثقتهم بها، من زجهة نظر المبحوثين :

أ. وجود أزمة ثقة مستمرة بين القارئ والصحافة منذ زمن طويل .

ب. لأنّ الصحف ما زالت تحمل طابع (الصفة الحكوميّة) وترتبط بالتوجهات الحكوميّة وتقوم بتبرير القرارات الحكوميّة غير المقبولة ويشعر القرّاء أنها صدى لآراء المسؤولين وتعبر عن النظام الحاكم .

ت. لأنّ الصحف تلجأ أحياناً إلى المبالغة في معالجة بعض الأحداث وعدم تحرّي الصدق أحياناً وتضخيم الأمور أحياناً

ث. لتقديمها بعض الأخبار غير الحقيقية وغير الصحيحة إخفائها للحقائق أحياناً

ج. لأخطاء في الممارسة الصحفية.

ح. للتضارب في بعض روايات الصحف الخاصة في العديد من الأحيان.

خ. لعدم الدقة في التعبير والعجز عن عرض المعلومات بصورة واضحة.

د. بسبب عهود الزيف التي توالت على الصحافة الأردنيّة وجعلت منها أبواقاً للدعاية ومجرد نشرات تتحدث عن إنجازات لم تتحقق.

ثالثاً: العوامل المرتبطة بالمصداقيّة

هناك عوامل أخرى عدّة تؤثر على المصداقية يمكن اختصارها على النحو التاليّ:

أ- **العوامل المرتبطة بالجمهور**:احتلت خصائص الجمهور الديموجرافية والشخصية واتجاهاتهم ومستوى اهتمامهم واعتمادهم على الوسيلة الإعلامية صدارة البحث في العوامل المؤثرة على مصداقيّة وسائل الإعلام ،حيث ترتبط المصادر الإخبارية بخصائص الجمهور وقابليته لتصديق مصادرها، سواء كانت هذه الخصائص مرتبطة بنوع الجمهور المستهدف وعمره أو مستواه الاجتماعيّ الاقتصاديّ،أومستواه التعليميّ أو مكان إقامته.

ب- **العوامل المرتبطة بنوع الوسيلة** :تباينت النتائج حول تأثير نوع الوسيلة على مصداقية الرسالة الإخبارية،سواء فيما يتعلق بحداثة الوسيلة تقليدية كانت أو معاصرة،أو فيما يرتبط بنوعها سواء كانت مطبوعة أو مرئية أو مسموعة.

ج – **العوامل المرتبطة بالمصدر الإخباريّ**:قد أثبتت كثير من الدراسات أنه كلما حظي المصدر بثقة الجمهور واحترامه وقناعته بكفاءة القائمين عليه وبموضوعيته وعدم انحيازه واكتمال عناصره الإخبارية كلما زادت الثقة والمصداقية به.فإن الثقة بالمعلومات نفسها يظهر على أنه أكثر تأثيراً في المتلقي من مصدر هذه المعلومات،وذلك من حيث كون المصدر صادقا أو غير صادق،حقيقي أو مزيفاً،واقعيا أو خيالياً،موضوعيّاً أو غير موضوعيّ،مكتملاً أو ناقص العناصر الإخبارية،عادلاً أو متحيزاً.

د- **العوامل المرتبطة بشكل وتقديم الرسالة:** بما أن مصداقية المصدر ترتبط بالدرجة الأولى بقدرة الرسالة التأثيرية،فقد ربط البعض المصداقية بشكل وتقديم الرسالة من حيث وضوح لغة المعلومات المقدمة ومضامينها،إضافة إلى طريقة أداء مقدم الرسالة،وتطابق الصورة المرافقة لها في الوسائل الإعلامية المرئية أو سلامة اللغة المكتوبة بها في وسائل الإعلام المقروءة، علاوة على تحديد المصدر أو تجاهله.

ه- **العوامل المرتبطة بطبيعة القضية المتناولة وأهميتها:**أن نوع القضية يعد عاملاً مؤثراً في مصداقية الجمهور، وذلك من حيث كون هذه القضية موضوعاً خلافياً أو جدلياً أو موضوعاً متفقا عليه، أو أنّ الموضوع يرتبط بأوقات الأزمات أو بالأوقات العادية، أو كون هذه القضية ترتبط بالقضايا المحلية أو الإقليمية أو العالمية.(SPRECKER,2007,P85)

الفصل الثالث

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولاً : السمات الديموغرافية لعينة الدراسة

تكوّنت عينة الدراسة من (600) مفردة من جمهور الصحف الأردنيّة اليومية الأردنيّ، تم اختيارهم بطريقة (العينة العرضية) والجدول (1) يوضح توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية.

الجدول (1): توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية والوظيفية

المتغيرات	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
النوع	ذكر	300	50
	أنثى	300	50
العمر	أقل من 20 سنة	22	3.7
	من 21 إلى أقل من 30	187	31.2
	من 31 إلى أقل من 40	211	35.2
	من 41 فأكثر	180	30
الدرجة العلمية	أقل من ثانوية عامة	31	5.2
	ثانوية عامة	95	15.8
	دبلوم	130	21.7
	بكالوريوس	264	44
	دراسات عليا	80	13.3
المهنة	أعمال حرة	84	14
	موظف	440	73.3
	طالب	15	2.5
	لا يعمل	61	10.2
الانتماء الحزبي	انتمي إلى حزب	70	11.7
	لا انتمي إلى حزب	530	88.3
قراءة الصحف اليومية	يقرؤون الصحف اليومية	451	75.2
	لا يقرؤون الصحف اليومية	149	24.8
المجموع		600	%100

إجراءات الصدق:

إجراءاتُ الصدق: لضمان صدق المقاييس العلمية التي تحويها الاستمارة تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري عبر تحكيمها من قِبل عدد من أساتذة الإعلام في الوطن العربي سوف يضمن الباحث قائمة بأسمائهم في ملاحق الدراسة ، وتمت الاستفادة من ملاحظاتهم العلمية في

تطوير هذه المقاييس عبر حذف بعض العبارات، أو التساؤلات، وإضافة عبارات وتساؤلات أخرى، وعبر تبديل بعض المصطلحات بمصطلحات أكثر دقة منها.

المقاييس الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قام الباحثُ بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذهِ الدراسة باستخدام برنامج (SPSS)، حيث استخدمت الأساليب الإحصائيّة على النحو التالي:

- التكرارات والنسب المئويّة.
- المتوسطات الحسابيّة(M) والانحرافات المعياريّة(SD) لكل مجال ككل.
- اختبار(T) Test-retest Reliability لإيجاد الفروق بين المتغيرات التي تحتوي على بديلين فقط .
- ANOVA (اختبار التباين الأحاديّ)، لحساب مدى تأثير المتغير المستقل(المعالجات) المتغير التابع(الاستجابات) عندما يكون أكثر من بديلين.
- (كـــــــاي2) لقياس وجود علاقة إحصائية بين متغيرين.

ثانياً: النتائج المتعلقة بأسئلة الدارسة ومناقشتها

1- قراءة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية؟

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لقراءتهم للصحف اليومية الأردنيّة، الجدول (2) يوضح ذلك

الجدول (2): توزيع أفراد العينة تبعاً لقراءة الصحف اليومية

قراءة الصحف اليومية	التكرار	النسبة المئوية
يقرؤون الصحف اليومية	451	75.2
لا يقرؤون الصحف اليومية	149	24.8
المجموع	600	100

يتضح من الجدول رقم (2) أنّ النسب المئوية تراوحت بين (24.8%-75.2%)، ونلاحظ أن الذين يقرؤون الصحف اليومية هم الأكثر تكراراً والذي بلغ (451) بنسبة مئوية (75.2%)، بينما الذين لا يقرؤون الصحف اليومية هم الأقل تكراراً والذي بلغ (149) وبنسبة مئوية (24.8%)، ويعزو الباحث السبب في عدم قراءة الصحف اليومية الى تطور وسائل الاعلام الحديثة الذي أدى بدوره الى تحولات اجتماعية وسياسية وثقافية، بحيث تفرض نفسها بقوة على المجتمع الذي تدخله، مما تم التعارف على تسميته بحتمية تكنولوجيا الاتصال، وما دام التغيير سيحدث في أمور ذات صلة بالاتصال، فإنه سيقود نحو مزيد من الحرية: حرية التعبير، وبالتالي الديمقراطية وقد م توضيح " أسباب عدم قراءتك للصحف اليومية الأردنية بانتظام؟ " والذي تم إجابته من قبل الذين لا يقرؤون الصحف اليومية الأردنية.

من نتائج الجدول السابق يتضح :

- إدراك الجمهور الأردنيّ لأهمية قراءة الصحف اليومية الأردنية، وما تتسم من تحليل وتفسير.
- أنّ الصحافة المطبوعة لا زالت تحظى بدرجة تفضيل عالية لدى بعض قرّاء الصحف المطبوعة.
- أنّ قراءة الصحافة المطبوعة لها متعة خاصة أكثر من زيارة مواقعها .
- اهتمام المواطن في القضايا والأحداث الدائرة حولهُ، أمّا الأشخاص الذين يقرؤون الصحف اليومية الأردنية تمت إجابتهم على جميع أسئلة الاستبيان ما عدا سؤال "ما أسباب عدم قراءتك للصحف اليومية الأردنية بانتظام؟ " والذي تم إجابته من قبل الذين لا يقرؤون الصحف اليومية الأردنية.

- تطور وسائل الاعلام الحديثة الذي أدى بدوره الى تحولات اجتماعية وسياسية وثقافية، بحيث تفرض نفسها بقوة على المجتمع الذي تدخله، مما تم التعارف على تسميته بحتمية تكنولوجيا الاتصال، وما دام التغيير سيحدث في أمور ذات صلة بالاتصال، فإنه سيقود نحو مزيد من الحرية: حرية التعبير، وبالتالي الديمقراطية.

2- أسباب عدم قراءتك للصحف اليومية الأردنية بانتظام

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب التكرارات والنسب المئويّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لأسباب عدم قراءتهم للصحف اليومية الأردنية بانتظام، الجدول (3) يوضح ذلك.

الجدول (3): توزيع أفراد العينة تبعاً لأسباب عدم قراءة الصحف اليومية بانتظام مرتبة تنازلياً

عدم قراءة الصحف اليومية بانتظام	التكرار	النسبة المئوية
أفضّل متابعة وسائل الإعلام الأخرى	85	14.2
لأنّها تتجاهلُ الاهتماماتِ الحقيقيّة للمواطنين	74	12.3
لأنّها تفتقد إلى المصداقيّة [لا أصدّق ما ينشر فيها].	64	10.7
لأنّها لا تعرض القضايا والموضوعاتِ السياسيّة بطريقةٍ أفضل من الوسائل الإعلاميّة الأخرى.	54	9.0
ليسَ لديَّ الوقت الكافيّ لمطالعتها	46	7.7
لأنّي لا أثقُ فيما تقدّمهُ هذه الصحف.	28	4.7
لأنّها لا تزيد المخزون الثقافيّ لديّ من خلال المواد التي تعرضها	25	4.2
عدم السرعة في نقل الخبر	10	1.7
عدم وجود صحفيين ذي كفاءة ومهنية	4	0.7

***يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل**

يتضح من الجدول رقم (3) أنّ سبب "يفضلّون متابعة وسائل الإعلام الأخرى" جاء في مقدمة الأسباب لعدم قراءتهم الصحف اليومية الأردنية وهو الأكثر تكراراً والذي بلغ (85) بنسبة مئوية (14.2%)، ويليه سبب "لأنّها تتجاهلُ الاهتماماتِ الحقيقيّة للمواطنين" بتكرار (74) وبنسبة مئوية (12.3%)، بينما سبب تعدد وسائل الإعلام في العالم هو الأقل تكراراً

والذي بلغ (4) وبنسبة مئوية (0.7%). تم إجابة هذا السؤال من قبل الذين لا يقرؤون الصحف اليومية الأردنية، وباقي الأسئلة أُجيبت من قبل الذين يقرؤون الصحف اليومية الأردنية.

3- درجة قراءتهم للصحف اليومية الأردنيّة:

استخدم الباحثُ مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي، وتم إعطاء خمس مرات فأكثر أسبوعياً (4)، من مرتين إلى أربع مرات أسبوعياً (3)، من مرة إلى مرتين أسبوعياً (2)، لا اقرأها (1)، وللحكم على المتوسطات الحسابيّة بالتدرج الثلاثي كما يلي:

- من 1-1,66 عبارات متوسطها الحسابيّ ضعيف .
- من 1,67- 2,33 عبارات متوسطها الحسابي متوسط .
- 2,34-3 عبارات متوسطها الحسابي مرتفع .

وللإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة لعبارات إجابات عينة الدراسة نحو موضوع الدراسة.

تشير نتائج الجدول رقم (4) إلى تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى درجة قراءاتهم للصحف اليوميّة الأردنيّة، ويحتوي الجدول على المتوسطات الحسابية مرتبة ترتيباً تنازلياً لكل صحيفة على حده، بهدف تحديد مستوى الاجابة حول كل صحيفة من الصحف السالف ذكرها، والانحرافات المعياريّة بهدف تشخيص مدى تشتت الإجابات عن متوسطاتها الحسابيّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لدرجة قراءاتهم للصحف.

الجدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تبعاً لدرجة قراءتهم للصحف اليومية الأردنية

الرقم	أسماء الصحف اليومية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	الرأي	3.31	0.96	مرتفعة
2	الدستور	3.03	1.06	مرتفعة
3	الغد	3.02	1.16	مرتفعة
4	العرب اليوم	2.54	1.25	متوسطة
5	Jordan times	1.96	1.17	منخفضة
6	الديار	1.90	1.23	منخفضة
7	السبيل	1.81	1.11	منخفضة
8	الأنباط	1.67	1.10	منخفضة
درجة قراءتهم للصحف اليومية الأردنية		2.40	0.66	متوسطة

يتضح من الجدول (4) أنّ المتوسط الحسابيّ العام لمجال " درجة قراءة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية" قد بلغ (2,40) وانحرافٍ معياريّ(0،66) وبمقارنة هذا المتوسط مع معايير أداة الدراسة نلاحظ أنه يقع ضمن المتوسطات المرتفعة.

وعلى مستوى الصحف نجد أنّ رقم(1) قد حصل على أعلى متوسطٌ حسابيّ وكان من نصيب صحيفة "الرأي " من حيثُ معدل قراءة الصحف اليوميّة الأردنيّة بمتوسط حسابي بلغ (3.31) وانحراف معياري (0.96) وبدرجة مرتفعة، في حين جاءت صحيفة "الدستور" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (3.03) وانحراف معياري (1.06) وبدرجة مرتفعة، تلاها صحيفة "الغد" فقد حصلت على المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.02) وبانحراف معياري (1.16) وبدرجة مرتفعة، ثمّ تلاها صحيفة "العرب اليوم" فقد احتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابيّ بلغ

أمّا صحيفة "العرب اليوم" المتوسطات الحسابية فكانت لصحيفة "الأنباط" بمتوسط حسابيّ بلغ (1.67) وبانحرافٍ معياريٍّ (1.17) وبدرجةٍ منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابيّ "درجة قراءتهم للصحف اليومية الأردنية" ككل (2.40) وبدرجة متوسطة.

4- الأسباب التي تدفع المبحوثين لقراءة تلك الصّحف اليوميّة الأردنيّة دونَ غيرِها:

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية لإجاباتِ أفراد عينة الدراسة تبعاً لدوافع المبحوثين لمتابعة الصحف اليومية الأردنيّ، الجدول (5) يوضح ذلك.

الجدول (5): توزيع أفراد العينة تبعاً لدوافع المبحوثين لمتابعة الصحف اليومية الأردنية ومرتبة ترتيباً تنازلياً

الرقم	دوافع المبحوثين لمتابعة الصحف اليومية الأردنية	التكرار	النسبة المئوية
1	لمعالجتها القضايا والمشاكل الداخلية بعمق وشمولية .	295	49.2
2	لمتابعتها الدقيقة للأخبار الداخليّة .	212	35.3
3	لمعالجتها القضايا الدوليّة بعمق .	184	30.7
4	لتناولها الأخبار الدولية باستفاضة .	155	25.8
5	للاطلاع على الإعلانات التجاريّة، وإعلانات الوفيات .	29	4.8
6	لوجود متعة في قراءة الصحف الورقيّة،بالإضافة إلى الاستفادة اللغوية .	16	2.7
7	للاطلاع على الآراء والتحليلات	11	1.8
8	طبيعة عملي تحتم عليّ قراءة الجريدة .	7	1.2

***يمكن للمبحوث اختيار أكثر من بديل**

تراوحت بين (7-295)، كان أعلاها لدافع "لمعالجتها القضايا والمشاكل الداخلية بعمق وشموليّة" بنسبة مئوية (49.2%) وبتكرارٍ (295)، يليه دافع "لمتابعتها الدقيقة للأخبار الداخلية" بنسبة مئوية (35.3%) وبتكرار (212)، وأدناها دافع "نقل الأخبار المتعلقة بوظيفتي" بنسبة مئوية (1.2%) وبتكرار (7).

5- مدى تحلّي الصحف اليوميّة الأردنيّة بالمصداقيّة :

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثيّ بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتمّ إعطاء خيار إلى حدّ كبير(3)، وخيار إلى حد ما (2)، وخيار لا (1)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرّج الثلاثي كالتالي:

- أقل من 1.66 منخفضة.
- من 1.66-2.33 متوسطة.

- من 2.34 – 3.00 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لدرجة قراءتهم للصحف اليوميّة الأردنيّة، الجدول (6) يوضح ذلك.

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات مجال "تحلي الصحف اليومية بالمصداقية" والمجال ككل (ن=451)

الرقم	الصحيفة	إلى حد كبير		إلى حد ما		لا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%			
1	الرأي	278	46.3	112	18.7	61	10.2	2.48	0.72	مرتفعة
2	الدستور	226	37.7	180	30	45	7.5	2.40	0.66	مرتفعة
3	الغد	197	32.8	188	31.3	66	11	2.29	0.70	متوسطة
4	Jordan times	113	18.8	162	27.0	176	29.3	1.86	0.78	متوسطة
5	السبيل	81	13.5	183	30.5	187	31.2	1.76	0.73	متوسطة
6	الديار	61	10.2	200	33.3	190	31.7	1.71	0.68	متوسطة
7	الأنباط	23	3.8	211	35.2	217	36.2	1.56	0.58	متوسطة
8	العرب اليوم	138	23.0	217	36.2	96	16.0	1.09	0.71	منخفضة
تحلي الصحف اليومية الأردنية بالمصداقية								2.01	0.39	متوسطة

يتضح من الجدول رقم (6) أنّ المتوسطات الحسابيّة لمجال "تحلي الصحف اليومية الأردنية بالمصداقية" تراوحت بين (1.09-2.48)، كان أعلاها لصحيفة "الرأي" بمتوسط حسابيّ بلغ (2.48) وبانحراف معياري (0.72) وبدرجةٍ متوسطة، يليها صحيفة "الدستور" بمتوسط حسابي بلغ (2.40) وبانحراف معياري (0.66) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الثالثة صحيفة "الغد" بمتوسط حسابي بلغ (2.29) وبانحراف معياري (0.70) وبدرجة متوسطة

أما أقل المتوسطات الحسابية لصحيفة "العرب اليوم" بمتوسط حسابي بلغ (1.09) وبانحراف معياري (0.70) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابيّ للمقياس "تحلي الصحف اليومية بالمصداقية" ككل (2.01) وبدرجة متوسطة.

6- درجة مصداقيّة الصحف اليوميّة لدي المبحوثين.

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الرباعي، وتم إعطاء مصداقيتها عالية (4)، مصداقيتها متوسطة (3)، مصداقيتها منخفضة (2)، لا أتابعها (1)، وللحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الرباعي كما يلي:

- أقل من 2.00 منخفضة.
- من 2.1-3.00 متوسطة.
- أكثر من 3.1-4.00 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لدرجة قراءتهم للصحف اليومية الأردنية، الجدول (7) يوضح ذلك.

الجدول (7): المتوسطات الحسابيّة والانحرافات المعياريّة مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات مقياس "إمكانية تحديد درجة المصداقية للصحف التي يقرأها الشخص" والمقياس ككل (ن=451)

الرقم	الصحيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	الرأي	3.40	0.85	مرتفعة
2	الدستور	3.20	0.97	مرتفعة
3	الغد	3.06	1.03	مرتفعة
4	العرب اليوم	2.72	1.18	متوسطة
8	Jordan times	2.11	1.21	متوسطة
5	السبيل	1.99	1.09	منخفضة
6	الديار	1.94	1.13	منخفضة
7	الأنباط	1.73	0.99	منخفضة
إمكانية تحديد المصداقية الصحف اليومية		2.52	0.64	متوسطة

يتضح من الجدول (7) أنّ المتوسطات الحسابية لمجال "إمكانية تحديد درجة المصداقية" للصحف التي يقرأها الشخص تراوحت بين (1.73-3.40)، كان أعلاها لصحيفة "الرأي" بمتوسط حسابيّ بلغ (3.40) وبانحراف معياري (0.85) وبدرجة مرتفعة، يليها صحيفة "الدستور" بمتوسط حسابي بلغ (3.20) وبانحراف معياريّ (0.97) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الثالثة صحيفة "الغد" بمتوسط حسابيّ (3.06) وبانحرافٍ معياريّ (1.03).

أمّا أقل المتوسطات الحسابية الأخيرة لصحيفة "الأنباط" بمتوسط حسابيّ بلغ (1.73) وبانحراف معياري (0.99) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابيّ للمقياس "إمكانية تحديد درجة المصداقية للصحف التي يقرأها الشخص" ككل (2.52) وبدرجةٍ متوسطة.

7- العوامل المؤثرة في مصداقيّة الصحف اليوميّة الأردنيّة .

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء بدرجة كبيرة (3)، بدرجة متوسطة (2)، وبدرجة منخفضة (1)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من 1.66 منخفضة.
- من 1.66-2.33 متوسطة.
- من 2.34 - 3.00 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لسمات التي تجعل الصحف اليومية تحظى بالمصداقية، الجدول (8) يوضح ذلك.

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازلياً لفقرات مقياس "السمات التي تجعل الصحف اليومية تحظى بالمصداقية" والمقياس ككل (ن=451)

الرقم	الفقرات	درجة منخفضة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
1	تلتزمُ بالنزاهة والأمانة والموضوعيّة والتجرّد.	43	7.2	133	22.2	275	45.8	2.51	0.66
2	تعملُ من أجل الصالح العامّ.	44	7.3	197	32.8	210	35.0	2.36	0.65
3	تحرصُ على الالتزام بالأخلاقيات العامة فيما تنشره.	52	8.7	183	30.5	216	36.0	2.36	0.68
4	معلوماتها دقيقة.	52	8.7	185	30.8	214	35.7	2.35	0.67
5	تهتمُّ بالقضايا الأساسية التي ترتبط بهموم الوطن.	55	9.2	194	32.3	202	33.7	2.32	0.68
6	عدم انتهاكها لخصوصيّة الأفراد.	50	8.3	205	34.2	196	32.7	2.32	0.66
7	عدم لجوئها إلى الإثارة .	63	10.5	194	32.3	194	32.3	2.29	0.69
8	تتّصف بالصدق والأمانةِ .	64	10.7	191	31.8	196	32.7	2.29	0.70
9	تفصلُ بين الحقيقة والرأي فيما تغطيهِ من أخبار.	48	8.0	227	37.8	176	29.3	2.28	0.64
10	تتميّز تغطيتها بالشموليّة ومعالجة كافة جوانب الحدث.	56	9.3	212	35.3	183	30.5	2.28	0.67
11	عدم التناقض في معالجتها للموضوعاتِ.	58	9.7	212	35.3	181	30.2	2.27	0.67
12	لها سياسةٌ إعلاميّة واضحة.	56	9.3	213	35.5	182	30.3	2.27	0.67
13	ترتبط بالواقع المحليّ وتعبّر عنهُ بصدق .	64	10.7	206	34.3	181	30.2	2.25	0.69
14	تتميز تغطيتها للموضوعاتِ بالعمق.	57	9.5	227	37.8	167	27.8	2.24	0.66
15	تذكر الخبرَ كاملاً.	59	9.8	219	36.5	173	28.8	2.25	0.67
16	تفي باحتياجاتِ القارئ.	59	9.8	226	37.7	166	27.7	2.23	0.66
17	لا تتحيّز لأشخاصٍ معينين وفئاتٍ معيّنة أكثر من غيرهم.	79	13.2	197	32.8	175	29.2	2.21	0.72
18	تمارسُ حريّة الصحافة بقدر من المسؤوليّة.	66	11.0	220	36.7	165	27.5	2.21	0.68
19	لا تخفي حقائق ومعلوماتٍ عن قرائها.	85	14.2	189	31.5	177	29.5	2.20	0.73

20	اعتمادُها على مصادر شفافة وموثوقٌ بها.	70	11.7	218	36.3	163	27.2	2.20	0.68
21	تتميز بدرجةٍ عاليةٍ من الحرية (حريّة التعبير).	77	12.8	214	35.7	160	26.7	2.18	0.70
22	توثّـق معلوماتها بالأرقام والحقائق والإحصائيات	69	11.5	223	37.2	159	26.5	2.19	0.68
23	استقلالها الماديُّ والمعنويّ.	73	12.2	226	37.7	152	25.3	2.17	0.68
24	لا توجد أخطاء في معالجاتها وأخبارها.	72	12.0	237	39.5	142	23.7	2.15	0.67
السمات التي تجعل الصحف اليومية تحظى بالمصداقية								2.27	0.44

يتضح من الجدول (8) أنّ المتوسطات الحسابية لمجال "السمات التي تجعل الصحف اليومية تحظى بالمصداقية لدى المبحوثين" تراوحت بين (2.15–2.51) وفقا لمقياس ليكرت الثلاثي، كان أعلاها للفقرة "تلتزمُ بالنزاهة والأمانة والموضوعيّة والتجرّد" وبمتوسط حسابي بلغ (2.51) وبانحراف معياري (0.66) وبدرجة مرتفعة، يليه الفقرتان "تعملُ من أجل الصالح العامّ" و "تحرصُ على الالتزام بالأخلاقيات العامة فيما تنشره" بمتوسط حسابي بلغ (2.36) وبانحراف معياري (0.65) و(0.68) على التوالي وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة "لا توجد أخطاء في معالجاتها وأخبارها" بمتوسط حسابيّ بلغ (2.15) وبانحرافٍ معياري (0.67) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمقياس "السماتُ التي تجعل الصحف اليومية تحظى بالمصداقية لدى المبحوثين" ككل (2.27) وبدرجة متوسطة.

8- مدىً التزام الصحف بسماتِ المصداقيّة:

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتمّ إعطاء بدرجة كبيرة (3)، بدرجة متوسطة (2)، وبدرجة منخفضة (1)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من 1.66 منخفضة.
- من 1.66–2.33 متوسطة.

- من 2.34 – 3.00 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب المتوسطات والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لمدى توافر هذه السمات في الصحف اليوميّة الأردنيّة، الجدول (9) يوضح ذلك.

الجدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات مقياس " مدى توافر هذه السمات في الصحف اليومية الأردنيّة " والمقياس ككل (ن=451)

الرقم	الفقرات	بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
1	تلتزمُ بالنزاهة والأمانة والموضوعيّة والتجرّد.	43	7.2	133	22.2	275	45.8	2.51	0.66
2	تعملُ من أجل الصالح العامّ.	44	7.3	197	32.8	210	35.0	2.36	0.65
3	تحرصُ على الالتزام بالأخلاقيات العامة فيما تنشره.	52	8.7	183	30.5	216	36.0	2.36	0.68
4	معلوماتها دقيقة.	52	8.7	185	30.8	214	35.7	2.35	0.67
5	تهتمُّ بالقضايا الأساسية التي ترتبط بهموم الوطن.	55	9.2	194	32.3	202	33.7	2.32	0.68
6	عدم انتهاكها لخصوصيّة الأفراد.	50	8.3	205	34.2	196	32.7	2.32	0.66
7	عدم لجوئها إلى الإثارة .	63	10.5	194	32.3	194	32.3	2.29	0.69
8	تــتّصف بالصدق والأمانةِ .	64	10.7	191	31.8	196	32.7	2.29	0.70
9	تفصلُ بين الحقيقة والرأي فيما تغطيهِ من أخبار.	48	8.0	227	37.8	176	29.3	2.28	0.64
10	تتميّز تغطيتها بالشموليّة ومعالجة كافة جوانب الحدث.	56	9.3	212	35.3	183	30.5	2.28	0.67
11	عدم التناقض في معالجتها للموضوعاتِ.	58	9.7	212	35.3	181	30.2	2.27	0.67
12	لها سياسةٌ إعلاميّة واضحة .	56	9.3	213	35.5	182	30.3	2.27	0.67
13	ترتبط بالواقع المحليّ وتعبّر عنهُ بصدقٍ .	64	10.7	206	34.3	181	30.2	2.25	0.69
14	تتميز تغطيتها للموضوعاتِ بالعمق.	57	9.5	227	37.8	167	27.8	2.24	0.66
15	تذكر الخبرَ كاملاً.	59	9.8	219	36.5	173	28.8	2.25	0.67

16	تفي باحتياجاتِ القارئ.	59	9.8	226	37.7	166	27.7	2.23	0.66
17	لا تتحيّز لأشخاصٍ معينين وفئاتٍ معيّنة أكثر من غيرهم.	79	13.2	197	32.8	175	29.2	2.21	0.72
18	تمارسُ حريّة الصحافة بقدر من المسؤوليّة.	66	11.0	220	36.7	165	27.5	2.21	0.68
19	لا تخفي حقائق ومعلوماتٍ عن قرائها.	85	14.2	189	31.5	177	29.5	2.20	0.73
20	اعتمادُها على مصادر شفافة وموثوقٌ بها.	70	11.7	218	36.3	163	27.2	2.20	0.68
21	تتميز بدرجةٍ عاليةٍ من الحرية (حريّة التعبير).	77	12.8	214	35.7	160	26.7	2.18	0.70
22	توثــّق معلوماتها بالأرقام والحقائق والإحصائيات	69	11.5	223	37.2	159	26.5	2.19	0.68
23	استقلالها الماديُ والمعنويّ.	73	12.2	226	37.7	152	25.3	2.17	0.68
24	لا توجد أخطاء في معالجاتها وأخبارها.	72	12.0	237	39.5	142	23.7	2.15	0.67
	السمات التي تجعل الصحف اليومية تحظى بالمصداقية							2.27	0.44

يتضح من الجدول رقم (9) أنّ المتوسطات الحسابيّة لمجال "مدى توافر هذه السمات في الصحف اليوميّة الأردنيّة" تراوحت بين (2.15-2.50)، كان أعلاها للفقرة "تلتزمُ بالنزاهة والأمانة والموضوعيّة والتجرّد" وبمتوسط حسابيّ بلغ (2.50) وبانحراف معياري (0.66) وبدرجة متوسطة، يليه الفقرة" تعملُ من أجل الصالح العامّ" بمتوسط حسابي بلغ (2.30) وبانحراف معياري (0.63) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الثالثة الفقرة "تحرصُ على الالتزام بالأخلاقيات العامة فيما تنشره" وبدرجة متوسطة.

أمّا أقل المتوسطات الحسابية لفقرة "استقلالها الماديُ والمعنويّ" بمتوسط حسابي بلغ (2.11) وبانحراف معياري (0.69) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابيّ للمقياس "مدى توافُر هذه السمات في الصحف اليومية الأردنية" ككل (2.21) وبدرجة متوسطة.

9- مدي التغيرّ في درجة مصداقيّة الصحيفة/الصحف لدى المبحوثين.

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لدرجة ثبات هذه السمات في صحف الدراسة، الجدول (10) يوضح ذلك.

الجدول (10): التكرارات والنسب المئوية مرتبة ترتيباً تنازلياً للإجابة عن السؤال (هل لاحظتَ تغيُّراً في درجة مصداقيّة الصحيفة / الصحف التي تقرؤها في معالجة القضايا التي تهمّك من فترةٍ لأخرى؟)

(ن=451)

السؤال	خيارات الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
هل لاحظتَ تغيُّراً في درجة مصداقيّة الصحيفة / الصحف التي تقرؤها في معالجة القضايا التي تهمك من فترةٍ لأخرى؟	نعم	346	57.7
	لا	105	17.5
	المجموع	451	75.2

يتضح من الجدول رقم (10) أن الأشخاص الذين لاحظوا تغيراً في درجة مصداقية الصحف التي يقرؤوها هم الأكثر تكراراً (346) بنسبة مئوية (57.7%)، بينما الأشخاص الذين لم يلاحظوا تغيراً في درجة مصداقية الصحف التي يقرؤوها هم الأقل تكرار حيث بلغ (105) بنسبة مئوية (17.5%).

10: الصّحف التي لاحظ فيها المبحوثون تغيّراً في مصداقيتها

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الرباعي، وتم إعطاء غالبا (4)، أحيانا (3)، لم ألاحظ (2)، لا أتابعها (1)، وللحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الرباعي كما يلي:

- أقل من 2.00 منخفضة.
- من 2.00-3.00 متوسطة.
- أكثر من 3 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لدرجة التغير في مصداقية الصحف اليومية، الجدول (15) يوضح ذلك.

الجدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات مقياس "درجة التغير في مصداقية الصحف اليومية" والمقياس ككل (ن=600)

الرقم	الصحيفة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	الرأي	2.80	1.37	مرتفعة
2	الدستور	2.54	1.29	مرتفعة
3	الغد	2.47	1.30	مرتفعة
4	العرب اليوم	2.19	1.28	متوسطة
8	Jordan times	1.76	1.13	متوسطة
6	الديار	1.67	1.06	متوسطة
5	السبيل	1.62	1.00	منخفضة
7	الأنباط	1.50	0.94	منخفضة
درجة التغير في مصداقية الصحف اليومية		1.66	0.56	متوسطة

يتضح من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية لمجالات المقياس "درجة التغير في مصداقية الصحف اليومية" تراوحت بين (1.50-2.80)، كان أعلاها لصحيفة "الرأي" بمتوسط حسابيّ بلغ (2.80) وبدرجة مرتفعة، يليها صحيفة "الدستور" بمتوسط حسابي بلغ (2.54) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الثالثة صحيفة "الغد" بمتوسط حسابي (2.47) وبانحراف معياري (1.30) وبدرجة مرتفعة.

أمّا أقل المتوسطات الحسابية لصحيفة "الأنباط" بمتوسط حسابي بلغ (1.50) وبانحراف معياريّ (0.94) وبدرجة منخفضة، وبلغ المتوسط الحسابيّ للمقياس **"درجة التغير في مصداقية الصحف اليومية"** ككل (1.66) وبدرجة متوسطة.

10: مدىً أثــر تغيّر درجة هــذهِ المصداقيّة في متابعة المبحوثين لهذهِ الصحف :

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرّج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتمّ إعطاء إلى حد كبير (3)، إلى حد ما (2)، لا (1)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من 1.66 منخفضة.
- من 1.66–2.33 متوسطة.
- من 2.34 – 3.00 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعاً لتغير درجة المصداقية في متابعة الصحف اليومية، الجدول (12) يوضح ذلك.

الجدول (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعياريّة مرتبة ترتيباً تنازلياً لفقرات المجال " أثر تغير المصداقية على درجة متابعة الصحف اليومية الأردنية" والمجال ككل (ن=451)

الرقم	الفقرة	لا		إلى حد ما		إلى حد كبير		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
1	الرأي	185	30.8	55	9.2	255	42.5	2.14	0.93
2	الدستور	189	31.5	126	21.0	180	30.0	1.98	0.86
3	الغد	212	35.3	128	21.3	155	25.8	1.88	0.85
4	العرب اليوم	244	40.7	113	18.8	138	23.0	1.78	0.85
5	Jordan times	336	56.0	80	13.3	79	13.2	1.48	0.75
6	الديار	356	59.3	89	14.8	50	8.3	1.38	0.66
7	السبيل	365	60.8	77	12.8	53	8.8	1.36	0.66
8	الأنباط	388	64.7	70	11.7	37	6.2	1.29	0.59
أثر تغير المصداقية على درجة متابعة الصحف اليومية الأردنية								1.66	0.56

يتضح من الجول رقم (12) أنّ المتوسطاتِ الحسابية لمجال " أثر تغير المصداقية على درجة متابعة الصحف اليومية الأردنية" تراوحت بين (1.29-2.14) وفقا لمقياس ليكرت الثلاثي، كان أعلاها لصحيفة "الرأي" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.14) وبانحراف معياري (0.93) وبدرجة متوسطة، تليها بالمرتبة الثانية صحيفة "الدستور" بمتوسط حسابي (1.98) وبانحراف معياري (0.85) وبدرجةٍ متوسطة، ومن ثم صحيفة "الغد" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابيّ (1.88) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة صحيفة "الأنباط" بمتوسط حسابي (1.29) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابي للمجال "تغير درجة المصداقية في متابعة الصحف" ككل (1.66) وبدرجة متوسطة.

11- القضايا / الأحداثُ التي لاحظ المبحوثون فيها ذلك التغيُّر :

استخدم الباحث مقياس ليكرت للتدرج الثلاثي بهدف قياس آراء أفراد عينة الدراسة، وتم إعطاء غالبا (3)، أحياناً (2)، لا (1)، للحكم على المتوسطات الحسابية بالتدرج الثلاثي كالتالي:

- أقل من 1.66 منخفضة.
- من 1.66-2.33 متوسطة.
- من 2.34 - 3.00 مرتفعة.

للإجابة عن هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات والانحرافات المعياريّة لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمجال القضايا التي حدث فيها تغيير من وجهة نظر المبحوثين، الجدول (17) يوضح ذلك.

الجدول (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيبا تنازليا لفقرات المجال "القضايا التي حدث فيها تغيير من وجهة نظر المبحوثين" والمجال ككل (ن=451)

الرقم	الفقرة	لا		أحيانا		غالبا		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
		التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%		
1	الأحداث والقضايا العربية	169	28.2	39	6.5	287	47	2.23	0.93
2	الأحداث والقضايا الاجتماعية	221	36.8	89	14.8	185	30.8	1.92	0.90
3	الأحداث والقضايا الرياضية	244	40.7	59	9.8	192	32.0	1.89	0.93
4	الأحداث والقضايا الدينية	323	53.8	94	15.7	78	13.0	1.50	0.75
5	الأحداث والموضوعات الفنية	289	48.2	62	10.3	144	24.0	1.70	0.88
6	الأحداث والموضوعات الفنية	289	48.2	62	10.3	144	24.0	1.70	0.88
	القضايا التي حدث فيها تغيير							1.84	0.65

يتضح من الجدول رقم (13) أنّ المتوسطات الحسابيّة لفقرات المجال "القضايا التي حدث فيها تغيير من وجهة نظر المبحوثين" تراوحت بين (1.50–2.23) وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، كان أعلاها لقضايا "الأحداث والقضايا العربية" بالمرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2.23) وبانحراف معياري (0.93) وبدرجة متوسطة، تليها بالمرتبة الثانية قضايا "الأحداث والقضايا الاجتماعية" بمتوسط حسابي (1.92) وبانحرافٍ معياريّ (0.90) وبدرجة متوسطة، ومن ثم قضايا "الأحداث والقضايا الرياضية" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (1.89) وبانحرافٍ معياريّ (0.93) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة قضايا "الأحداث والقضايا الدينية" بمتوسط حسابي (1.50) وبانحراف معياري (0.75) وبدرجة متوسطة، وبلغ المتوسط الحسابيّ للمجال "القضايا التي حدث فيها تغيير من وجهة نظر المبحوثين" ككل (1.84) وبدرجة متوسطة.

12: مقترحاتُ المبحوثين لتزيدَ الصحف من مصداقيتها لديهم.

للإجابة عن هذا السؤال، تم حساب التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تبعا لمقترحات المبحوثين لزيادة مصداقية صحف الدراسة، الجدول (14) يوضح ذلك.

الجدول (14): التكرارات والنسب المئوية مرتبة ترتيبا تنازليا لمقترحات المبحوثين لزيادة مصداقية صحف الدراسة (ن=451)

الرقم	مقترحات المبحوثين لزيادة مصداقية صحف الدراسة	التكرار	النسبة المئوية
1	رفع يد الحكومة عن الصحف	127	21.2
2	الاستقلال المادي للصحف الرسمية ، والابتعاد عن التحيّز في التغطيّة	70	11.7
3	الاهتمام بالأخبار المحلية والعربية أكثر من الأخبار الدولية	49	8.2
4	أخذ الرأي العام دون تحيز	30	5.0
5	الارتقاء بالمستوى الوظيفي	14	2.3
6	تخصيص موقع الكتروني لتلقي اقتراحات القراء	6	1.0

يتضح من الجدول رقم (14) أن التكرارات لمجال "مقترحات المبحوثين لزيادة مصداقية صحف الدراسة" تراوحت بين (2–70)، كان أعلاها لمقترح "الالتزام بالمصداقية العالية" بنسبة مئوية (21.2%) بتكرار (127)، يليه مقترح "الاستقلال المالي والإداري" بنسبة مئوية (11.7) بتكرار (70)، ومن ثم مقترح" الاهتمام بالأخبار المحلية والعربية أكثر من الأخبار الدولية" بنسبة مئوية (8.2%) بتكرار (49) وأدناها " تخصيص موقع الكتروني لتلقي اقتراحات القراء بتكرار (6)

ثالثاً : نتائج اختبار فرضيّات الدراسة

1- اختبار الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة ارتباطية في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

لاختبار هذه الفرضية، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً للمتغيرات (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، الانتماء الحزبي)، وللكشف عن الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام اختبار "t" للعينات المستقلة (Independent - Sample T. Test) تبعاً لمتغيري الجنس والانتماء الحزبي، كما تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One – Way ANOVA) تبعاً للمتغيرات (العمر، المستوى التعليمي، المهنة)، والجداول أدناه توضح ذلك.

- الفروق تبعاً لمتغير الجنس:

الجدول (15): نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس

درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	قيمة "t"	الدلالة الإحصائية
	ذكر	300	2.32	0.67	1.12	0.29 غير دال
	أنثى	300	2.50	0.64		

يتضح من الجدول رقم (15) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الجنس، حيث بلغت قيمة "t" (1.12) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.29). والمتوسطات الحسابية لكل من الذكور والإناث

متقاربة.وهو ما يدلل علي أنّ الذكور و الإناث يتابعون الصحف الأردنيّة بشكل لا يحمل تفاوتا حقيقيا.

- **الفروق تبعاً لمتغير العمر:**

الجدول (16): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر

	فئات العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة f	الدلالة الإحصائية
درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية	أقل من 20 عام	10	1.85	0.45	3.23	0.02 دال
	من 21 إلى أقل من 30	136	2.34	0.72		
	من 31 إلى أقل من 40	153	2.46	0.60		
	من 41- فأكثر	152	2.44	0.67		

يتضح من الجدول رقم (16) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤0.05) في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة "f" (3.23) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية(0.02).

ولمعرفة مواقع هذه الفروق، تم تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية على مجالات الدراسة (التي وجد فيها فروق) تبعاً للمتغير (فئات العمر)، والجدول رقم (21) يوضح ذلك.

الجدول (17): نتائج تطبيق اختبار (scheffe) للمقارنات البعدية على المجال " درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية" تبعاً لمتغير فئات العمر

فئات العمر	المتوسط الحسابي	أقل من 20 عام	من 21 إلى أقل من 30	من 31 إلى أقل من 40	من 41 فأكثر
أقل من 20 عام	1.85	–	0.49–	0.61–	0.59– غير دال
من 21 إلى أقل من 30	2.34		–	0.12–	0.10 غير دال
من 31 إلى أقل من 40	2.46			–	0.02 دال
من 41– فأكثر	2.44				–

يتضح من الجدول رقم (17) أن مواقع الفروق في المجال "درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية" تبعاً لمتغير فئات العمر كانت بين الفئة العمرية (أقل من 20 عام) والفئة العمرية (من 31 إلى أقل من 40)، ولصالح الفئة العمرية (من 31 إلى أقل من 40) حيث بلغ المتوسط الحسابي (2.46) بدرجة متوسطة، بينما بلغ المتوسط الحسابي للفئة العمرية (أقل من 20 عام) (1.85) بدرجة منخفضة، ولم تظهر فروق دالة إحصائياً بين التخصصات الأخرى. وهي نتيجة منطقية لكون أفراد الجمهور الأكبر سنا أكثر انشغالا بمتابعة ما يجري حولهم من أحداث.

- **الفروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي:**

الجدول (18): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	الدلالة الإحصائية
درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية	أقل من ثانوية عامة	22	2.28	0.88	1.86	0.11 غير دال
	ثانوية عامة	77	2.28	0.61		
	دبلوم	94	2.42	0.65		
	بكالوريوس	201	2.49	0.66		
	دراسات عليا	57	2.31	0.65		

يتضح من الجدول رقم من الجدول (18) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α≥0.05) في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة "f" (3.23) وهي قيمة غير دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.02). وأن قيم المتوسطات الحسابية لدرجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية تعزى لمتغير المستوى التعليمي متقاربة وبدرجة متوسطة. وهو ما يدلل علي اهتمام المواطنين الاردنين بمتاعة الاحداث الجارية بغض النظر عن مستواهم التعليمي

- **الفروق تبعاً لمتغير المهنة:**

الجدول (19): نتائج تحليل التباين (One- Way ANOVA) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المهنة

	المهنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "f"	الدلالة الإحصائية
درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية	أعمال حرة	70	2.49	0.71	1.25	0.29 غير دال
	موظف	324	2.38	0.64		
	طالب	14	2.65	0.81		
	لا يعمل	43	2.35	0.69		

يتضح من الجدول رقم (19) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≥0.05) في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير المهنة، حيث بلغت قيمة "f" (3.23) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.29). وأن قيم المتوسطات الحسابية لدرجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية تعزى لمتغير المهنة متقاربة وبدرجة متوسطة. وهو ما يشير إلى اهتمام المواطنين بمتابعة الصحف الأردنيّة بغض النظر عن مهنهم.

- الفروق تبعاً لمتغير الانتماء الحزبي:

الجدول (20): نتائج (Independent - Sample T. Test) للكشف عن الفروق في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الانتماء الحزبي

	الانتماء الحزبي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	الدلالة الإحصائية
درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية	أنتمي إلى حزب	52	2.91	0.54	5.91	0.01 دال
	لا أنتمي إلى حزب	399	2.34	0.65		

يتضح من الجدول رقم (20) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية من وجهة نظر المبحوثين تبعاً لمتغير الانتماء الحزبي، حيث بلغت قيمة "t" (5.91) وهي قيمة دالة إحصائياً، حيث بلغت الدلالة الإحصائية (0.01). وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية لدرجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية الأردنية تعزى لمتغير الانتماء الحزبي لصالح الأشخاص الذين ينتمون إلى حزب. وهي نتيجة طبيعية لكون المنتمين إلى الأحزاب أكثر في وعيهم السياسي و أكثر اهتماماً –من ثم – بمتابعة مجريات الأحداث عبر وسائل الإعلام و على رأسها الصحف اليومية.

2- نتائج اختبار الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لديهم.

لاختبار هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين من الجمهور الأردني، والجدول (21) يوضح ذلك.

- **العلاقة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين.**

الجدول (21): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين (ن=600)

المتغير المستقل	قيمة t	دلالة t الإحصائية	قيمة Beta	قيمة R	قيمة R^2	قيمة f	دلالة f الإحصائية
متابعة المبحوثين للصحف اليومية	22.41	0.00	0.54	0.54	0.29	186.49	0.00 دال

المتغير التابع: درجة المصداقية للصحف الأردنية

يتضح من الجدول رقم (21) أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين حيث بلغت قيمة (t) (186.49) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00)، وبلغت قيمة (R) (0.54) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة (R^2) (0.29) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (186.49) وهي قيمة دالة إحصائيا وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00)، وهي نتيجة طبيعية لكون كثافة المتابعة مؤشراً على المصداقية فلا يعقل أن تكون هناك كثافة متابعة لوسيلة ما وهناك انخفاضاً في مصداقيتها.

3- نتائج اختبار الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية والتزامها بسمات المصداقية من وجهة نظرهم.

لاختبار هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية والتزامها بسمات المصداقية من وجهة نظر المبحوثين، والجدول (22) يوضح ذلك.

- العلاقة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية والتزامها بسمات المصداقية من وجهة نظر المبحوثين.

الجدول (22): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية والتزامها بسمات المصداقية من وجهة نظر المبحوثين (ن=451)

المتغير المستقل	قيمة t	دلالة t الإحصائية	قيمة Beta	قيمة R	قيمة R^2	قيمة f	دلالة f الإحصائية
متابعة المبحوثين للصحف اليومية	27.24	0.00	0.11	0.11	0.01	6.13	0.01 دال

المتغير التابع: التزام الصحف اليومية بسمات المصداقية

يتضح من الجدول رقم (23) أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة التزامها بسمات المصداقية من وجهة نظر المبحوثين حيث بلغت قيمة (t) (27.24) وهي قيمة دالة إحصائياً، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00)، وبلغت قيمة (R) (0.11) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة (R^2) (0.01) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (6.13) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة لإحصائية (0.01).وهي نتيجة تتسق مع نتيجة الفرضية السابقة.

4- نتائج اختبار الفرضية الرابعة: كلّما زادت درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون كلما قلت درجة متابعتهم لها.

لاختبار هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة بين درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون و درجة متابعتهم للصحف اليومية، والجدول (24) يوضح ذلك.

- العلاقة بين درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون و درجة متابعتهم للصحف اليومية.

الجدول (23): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الإحصائية بين درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون و درجة متابعتهم للصحف اليومية (ن=451)

المتغير المستقل	قيمة t	دلالة "t" الإحصائية	قيمة Beta	قيمة R	قيمة R^2	قيمة f	دلالة "f" الإحصائية
التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون	20.08	0.00	0.93	0.93	0.86	3251.71	0.00 دال

المتغير التابع: متابعة المبحوثين للصحف اليومية.

يتضح من الجدول رقم (23) أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون و درجة متابعتهم للصحف اليومية حيث بلغت قيمة (t) (20.08) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00)، وبلغت قيمة (R) (0.93) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة (R^2) (0.86) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (3251.71) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00). وهي أيضا نتيجة طبيعية فأي تغير في مصداقية الصحيفة سوف يجعل المبحوث يتحول عنها إلى صحيفة أو وسيلة إعلامية أكثر مصداقية

5- نتائج اختبار الفرضية الخامسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية.

لاختبار هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية، والجدول (26) يوضح ذلك.

- **العلاقة بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية.**

الجدول (24): نتائج تحليل الانحدار البسيط (Linear Regression) للكشف عن العلاقة الاحصائية بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية (ن=451)

المتغير المستقل	قيمة t	دلالة t الإحصائية	قيمة Beta	قيمة R	قيمة R^2	قيمة f	دلالة f الإحصائية
التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون	10.38	0.00	0.26	0.26	0.07	34.67	0.00 دال

المتغير التابع: التزام الصحف بسمات المصداقية.

يتضح من الجدول رقم (24) أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية حيث بلغت قيمة (t) (10.38) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00)، وبلغت قيمة (R) (0.26) والتي تمثل معامل الارتباط للنموذج الكلي، وقيمة (R^2) (0.07) التي تمثل نسبة تأثير أو تفسير المتغير المستقل على المتغير التابع، وبلغت قيمة (f) (34.67) وهي قيمة دالة إحصائيا، وبلغت الدلالة الإحصائية (0.00). وهي نتيجة تؤيد نتيجة الفرضية السابقة.

ملخّص النتائج

أسفرت نتائجُ البحث عن مجموعة من الدلالات والمؤشرات فيما يتعلق باطلاع المبحوثين على الصحف اليومية الأردنيّة بشكلٍ عامّ ومدى مصداقية كل صحيفة تجاه قرائها، وما يؤدي إليه هذا من تأثير تجاه الجمهور فجاءت أهمّ النتائج كالتالي :

1. ارتفاع نسبة اعتماد المبحوثين في قراءة الصحف اليومية الأردنية، حيث بلغ عدد الذين يقرؤون الصحف اليومية بنسبة بلغت (75،2%)، أما الذين لا يقرؤون الصحف اليومية فقد بلغت النسبة (24،8%) .
2. تمثلت أهم أسباب عدم قراءة الصحف اليومية في متابعة وسائل الإعلام الأخرى بنسبة بلغت (14،7%)، ويعزو الباحث في ذلك إلى تطوّر وسائل الاتصال الحديثة في سرعتها نقل الخبر .
3. بيّنت النتائج أنّ أهم الأسباب التي دفعت الجمهور لقراءة الصحف هي "معالجتها القضايا والمشاكل الداخلية بعمقٍ وشموليّة" بنسبةٍ بلغت (49،2%) ولعلّ السببَ في ذلك أن الصحافة الورقية وظيفتها تفسيرية تحليليّة للأحداث.
4. تصدرت (صحيفة الرأي) العرش الصحفيّ مقارنة بالصحف اليومية الأخرى من حيث درجة مصداقية الصحف بنسبة بلغت (3،40%) كمتوسط حسابيّ أما الانحراف المعياري بلغ (0،85%) وقد يعزى ذلك للأسباب التالية:

أ- اهتمامها بالقضايا الأساسية التي ترتبط بهموم الوطن .

ب- وجود صحفيين أكْفاء يتمتعون بخبرة وكفاءةٍ عالية في الجسم الصحفي.

ت- اهتمام (الرأي) بالمضامين المتنوعة من مختلف النشاطات التي تحفل بها الحياة العامة.

د.ارتفاع نسبة توزيع صحيفة (الرأي) بالمقارنة مع الصحف الأخرى .

5. انخفاض المصداقية في كل من صحيفة "السبيل" وقد يعزى ذلك لأنّها صحيفة حزبية لها توجهات مرسومة وسياسة إعلامية موجهة .

6. أوضحت النتائج أنّ" الالتزام بالنزاهة والأمانة والموضوعية والتجرد" تعدّ رافداً أساسياً وعاملاً مؤثراً في مصداقية الصحف وبنسبة بلغت (51،2%) .

7. تعدّ "الأحداث والقضايا العربية" من الأحداث التي حدث فيها تغيير من وجهة نظر المبحوثين وبنسبة بلغت (23،2%) .

8. فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في مصداقية الصحف من وجهة نظر جمهور الدراسة، فإنّ الجمهور أرجع أسباب تأثر مصداقية الصحف اليومية لأسباب مهنية أكثر من كونها سياسية أو اقتصادية وتجارية، وقد يرجع ذلك لقلة النقاش السياسيّ والاختلاف في وجهات النظر السياسية بين وسائل الإعلام الأخرى.

وفيما يتعلق بالفروض فقد ثبتت صحة فروض : وجود علاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة مصداقيتها لدى المبحوثين ، ووجود علاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة متابعة المبحوثين للصحف اليومية ودرجة التزامها بسمات المصداقية من وجهة نظر المبحوثين، ووجود علاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة التغير في مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون و درجة متابعتهم للصحف اليومية، وعلاقة ذات دلالة ارتباطيّة بين درجة مصداقية الصحف التي يتابعها المبحوثون وبين التزام هذه الصحف بسمات المصداقية.

التوصيات

وفي ضوء النتائجِ المستخلصة، يمكن تقديم عدداً من التوصيات التي قد تسهمُ في رفع مستوى مصداقية الصحف تجاه جمهورها، لكي تصبح مصدراً أساسياً للمعلومات والأخبار التي يتطلع إليها الجمهور، ومن أهمها :

وقد توصّل الباحث إلى عددٍ من التوصيات، من أبرزها :

1. ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية تضطلع بها الصحف اليومية الأردنية لرفع مستوى وكفاءة العاملين فيها خاصة في مجالات أخلاقيات العمل الإعلامي والمصداقية جزءٌ لا يتجزأ من ذلك.
2. ضرورة العمل على تعزيز بعد الموضوعية في الصحف اليومية الأردنية أثناء تناولها القضايا والمشكلات المختلفة، لترفع من مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.
3. إجراء دراسات على عينة أكبر من المملكة لمعرفة تصورات الجمهور المحلي لوسائل إعلامية بديلة لمعرفة الأخبار المحلية؛ ومدى ثقتهم في هذه الوسائل.
4. يوصي الباحث أنْ تحذوَ الصحف اليوميّة الأردنية والعربيّة، حذوَ الصحف الغربيّة والأمريكيّة ، من حيث الإدارة والتحرير، وطبيعة المحتوى، ومصادر الدخل والإنفاق، والتحري في نقل المعلومة، والدقة، والثقة، والموضوعية،والتوازن، وعدم الخلط بين الخبر والرأي؛ حتى تجدد من مصداقيتها لدى الجمهور وتحافظ على السلك الصحفي .
5. ثمّة مراجعة(ماسّة) لمراجعة الدراسات الصحفية في ضوء متغيرات ثورة المعلومات وتطور صناعة الإعلام والاتصال بصفة عامة من جهة، وفي ضوء الواقع الراهن للعمل الصحفيّ وممارساته الراهنة من جهة أخرى.

6. رصد التوجهات العامة في مجال بحوث الصحافة وخاصة الجديد منها، وتبيان ملامحها وأفكارها وتصوراتها، ورصد أبرز الدراسات الصحفية الحديثة كالمصداقيّة، وتحديد أبرز جوانب الإفادة والقصور في هذه التيارات.

قائمة المصادر والمراجع

- **القرآن الكريم**

أولا : الكتب العربية المترجمة

1. عبد الإله، عزة عبد العزيز.(2006). **مصداقية الإعلام العربي**،ط1 دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
2. رشتي، جيهان.(1978).**الأسس العلمية لنظريات الإعلام**، ط2، دار الفكر العربي القاهرة.
3. شرف، عبد العزيز.(2000). **المدخل إلى وسائل الإعلام**، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
4. الكامل، فرج.(2001). **بحوث الإعلام والرأي العام**، ط1،دار النشر للجامعات، مصر.
5. روو، وليم.(1989). الصحافة العربية: **الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربيّ**، مركز الكتب الأردني، عمان.
6. صالح، سليمان.(2007). **ثورة الاتصال وحرية الإعلام**، مكتبة الفلاح، عمان.
7. كامل، آمال.(1996). **مصداقية التلفزيون**، **المجلة الاجتماعية القومية** ،عدد 2، القاهرة.
8. علم الدين، محمود.(1989). **مصداقية الاتصال**، دار الوزان للطباعة والنشر، القاهرة.
9. عبد الحميد، محمد.(2004). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط2،عالم الكتب،القاهرة.

10. مكاوي حسن والسيد، ليلى.(2009). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.

11. الموسى،عصام.(2010). **الثورة الرقمية تضع الإعلام العربية على مفترق طرق،المستقبل العربي**، العدد 367، مركز دراسات الوحدة العربية.

12. الشريف، محمود .(2004). **رؤى حول الصحافة والإعلام** ، عمان.

13. مزاهرة، منال .(2010). **بحوث الإعلام** ، ط2، دار كنوز المعرفة العلمية، الأردن.

14. زعموم، خالد.(2009). **البحث العلمي للإعلاميين القواعد المنجية والتطبيقات الميدانية**، دار الخليج للصحافة والطباعة والنشر.

15. عبيدات، شفيق.(2003). **مسيرة الصحافة الأردنيّة (1920-2000)**مطبوعات نقابة الصحفيين.

16. القضاة، على منعم.(2007). **الصحافة الأردنية واتفاقيات السلام**، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، عمان.

17. حوران،هاني.(1998). **الإعلام وحرية الصحافة في الأردن**، دار سندباد للنشروالتوزيع، عمان.

18. الوفائي، محمد.(1989). **مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية**، ط1،مكتبة الإنجلو المصرية، القاهرة .

19. الحيزان، محمد.(1998). **البحوث الإعلامية أسسها – أساليبها – مجالاتها**،ط1،مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض.

20. رشتي،جيهان.(1978). **الأسس العلميّة لنظريات الإعلام**:(القاهرة، دار الفكر العربي).

21. زلطة،عبدالله.(2007). **القائم بالاتصال في الصحافة** (دراسة نظرية وميدانية) ،ط1 الدار العالميّة للنشر والتوزيع.

22. ماكلوهان، مارشال.(1975) **كيف نفهم وسائل الاتصال؟** " ترجمة خليل صابات (القاهرة، مؤسسة فرانكلين.

23. حجاب، محمد.(1982). **نظريات الإعلام الإسلامي**– المبادئ والتطبيق (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب.

24. ألبير، بير.(1978). **الصحافة**، ترجمة فاطمة عبدالله مسعود، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب،ط1.

25. مصالح، محمد.(1986) **السياسة الإعلامية الاتصاليّة**، ط1،(بيروت، دار الشروق).

26. عبدالحميد، محمد.(1993). **دراسة الجمهور في وسائل الإعلام**، ط1، القاهرة، عالم الكتب .

27. عجوة، علي.(1988). **مقدمة في وسائل الاتصال**، ط1، القاهرة، دار الفجر.

28. علم الدين، محمود.(1989). **مصداقيّة الاتصال** (القاهرة، دار الوازن للطباعة والنشر)

29. العويني، محمد.(1981). **الراديو والتنمية السياسية** (القاهرة، عالم الكتب).

30. وآين آجي : **نظرة شاملة على التحرير**، بحث منشور في: ألبرت هستر : دليل الصحفي في العالم الثالث، مرجع سابق.

31. حجاب،محمد.(2004). **المعجم الإعلامي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ، القاهرة، ط1.

32. خضور، أديب.(2000). **مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة**، دمشق ،ط2، 2000.

33. مكاوي، حسن.(1994). **أخلاقيات العمل الإعلامي**: دراسة مقارنة، (الدار المصرية اللبنانية، القاهرة .

34. الموسى، عصام.(2012). **المدخل في الاتصال الجماهيري**، دار إثراء للنشر والتوزيع،ط7 .

35. عبدالمجيد، ليلى.(1990). **الصحافة في الوطن العربي**،(العربي للنشر والتوزيع، القاهرة .

36. عبدالحميد، محمد.(1997). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير** (القاهرة: عالم الكتب).

ثانياً: الرسائل الجامعيّة

1. عثمان، عزّه.(1996). **مصداقيّة الصحافة المصرية القومية والحزبيّة: دراسة للمضمون القائم بالاتصال والجمهور بالتطبيق على اتفاق غزة – أريحا، رسالة دكتوراة غير منشورة**، جامعة جنوب الوادي، سوهاج.

2. سليمان صالح، مفهوم حرية الصحافة : **دراسة مقارنة بين جمهورية مصر العربية والمملكة المتحدة في الفترة من1945 إلى 1985، رسالة دكتوراة غير منشورة**، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 1991.

3. محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1991– 1994، رسالة ماجستير غير منشورة** ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ،1996.

4. السيد، سوزي سيد، **مدى تأثير التشريع الصحفي على اتجاهات القرّاء نحوَ مصداقيّة المضمون في الصحف القوميّة المصرية، رسالة دكتوراة غير منشورة** ، 2010، كليّة الآداب، قسم الإعلام، جامعة المنصورة.

5. موسى، محمد يحيى، **مصداقيّة الصحافة اليمنيّة لدى الصفوة (دراسة ميدانيّة)، رسالة ماجستير غير منشورة** ، 2008، كلية الآداب ، قسم الإعلام ، جامعة أسيوط.

6. حماد، نعيم" **تطور الصحافة الاردنية (1967-1987)، رسالة ماجستير غير منشورة**"، جامعة القاهرة،1992.

7. فايز، الأمير صحصاح، **العلاقة بين المواد الإخبارية والسياسات التحريرية في الصحف العربية اليوميّة** : دراسة حالة لصحف الأهرام الدولي والشرق الأوسط والحياة مع التطبيق على أحداث 11 سبتمبر 2001، **أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة أسيوط، مصر** .

8. بغدادي، هالة اسماعيل، **الصحافة التلفزيونيّة العربيّة : الجزيرة والنيل دراسة ميدانيّة مقارنة، رسالة ماجستير منشورة**، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندريّة.

9. الدوخي، نجلاء .(2011). **مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور في دولة الامارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشارقة، الشارقة.

10. العزام، عبد المجيد وهادي خزنة كاتبي.(2010). **اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي، رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة دمشق، سوريا.

11. العلاوين، لبنى.(2009). **تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية : مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية " أنموذجاً "رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

12. العتيبي، نائف مطلق فهيد.(2007). **مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

13. العزام، عبد الخالق، **مصداقيّة أخبار القنوات التلفزيونيّة الأردنيّة لدى الصحفيين الأردنيين**: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونيّة الحكوميّة والخاصة، **رسالة ماجستير غير منشورة**، قسم الصحافة، كليّة الإعلام، جامعة اليرموك، 2013.

ثالثاً: الدوريات والأبحاث العلمية

1. الشلهوب، عبد الملك.(2005). **العوامل المؤثرة على مصداقية الصحف السعودية لدى الشباب في المملكة العربية السعودية** : دراسة ميدانية على عدد من الشباب الجامعي،**المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد 24، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة.
2. صلاح الدين، خالد.(2006). **مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور** : دراسة كمية / كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد26، جامعة القاهرة.
3. مصطفى، هويدا.(2003). **مصداقيّة وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر**: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، عدد 21، جامعة القاهرة.
4. عبد العظيم، عزة.(2007). **مصداقية مصادر الأخبار بين الجمهور الإماراتي**: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية الحديثة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، عدد 2، جامعة القاهرة.
5. عبد الباري، وائل.(2005). **مصداقية المواقع الإخبارية على الانترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري**، **مقدمة للمؤتمر الحادي عشر لكلية الإعلام** : مستقبل وسائل الإعلام العربية، **جامعة القاهرة**.

6. نصار، سهام.(2003). **تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية ،مؤتمر أخلاقيات الإعلام من النظرية والتطبيق**، جامعة القاهرة.

7. عبد الرحيم، أسامة.(2003). **مصداقية كتاب الأعمدة لدى القراء،مجلة البحوث الإعلامية**،عدد 20، جامعة الأزهر، القاهرة.

8. أسماء حافظ: **دور الصحافة في تعميق القرّاء بها** – دراسة لجوانب ومجالات الخدمات الصحفية بالتطبيق على القائم بالاتصال في جريدتي الأهرام والأخبار، **مجلة بحوث الاتصال، كليّة الإعلام**، جامعة القاهرة، يوليو 1993.

9. نجادات، علي.(2009). **مستقبل الصحف الورقية الأردنيّة في واجهة الصحف الالكترونيّة في ظل ثروة المعلومات والمعرفة**: دراسة مسحيّة، بحث مقبول للنشر في **مجلة دراسات، الجامعة الأردنية**.

10. عادل عبد الغفار خليل، **أبعاد المسؤولية الاجتماعيّة للقنوات الفضائية المصريّة الخاصة** "دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم2"، **المؤتمر العلمي السنوي التاسع**، 2003.

11. السلعوس، محمد هاشم، **الصحافة الأردنية اليوميّة بين الضغوط وتأدية المهنة** (الغد والعرب اليوم) نموذجاً **المجلة العربية للعلوم الإنسانية**، العدد(115)، الكويت.

12. العربي، عثمان.(2005). **مصداقية الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي**، جامعة الشارقة.

13. القرني، علي بن شويل.(2003). **معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة، جامعة الملك سعود**، الرياض.

14. سليم، حنان، **مصداقيّة الأخبار في وسائل الإعلام لدى الجمهور الألماني، بحث مقدم في المؤتمر العالمي السنوي الرابع عشر،** الإعلام بين الحرية والمسئوليّة، **جامعة القاهرة،** كلية الإعلام ، 1-3 يوليو 2008.

15. سليمان، صالح، **إشكالية الموضوعيّة في وسائل الإعلام،** بحث منشورة في القاهرة، **المجلة المصريّة لبحوث الرأي العام،** المجلد الثاني، العدد الثالث، يوليو/سبتمبر، 2001.

16. النجار، سامي السعيد، " **مصداقيّة الصحف المصرية لدى النخبة السياسية – "دراسة حالة للتغطية الصحفيّة للانتخابات البرلمانيّة في مصر – لعام 2005"، مجلة كليّة الآداب – جامعة المنصورة،** المجلد الأول، العدد (40)، 2007.

17. ربيع، عبد الجواد، **المسؤولية الاجتماعيّة للصحافة المصريّة في معالجة قضايا المجتمع – دراسة تحليلية للقضايا الاقتصاديّة في صحف الأهرام – الوفد – الأسبوع خلال الفترة من يناير إلى فبراير 2003"، مجلة المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكليّة الإعلام** – جامعة القاهرة ، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، المجلد(2)، مايو.

رابعاً: الدراسات الأجنبيّة

1. Abdullah, Rasha a. et.al.,(2002)"**The credibility of newspaper, tv and online news ".,** school of communication, university of mmiami,2002
2. -Andaleeb, Syed Saad , et.,al.,(2009)"**credibility of news in a developing Countries: The case of Bangladesh".**journalism and mass communication quarterly.89(1) 73-90.
3. Bradly d.j.(1997)." **Enhancing the credibility of media instituations: An Experimental Analysis involving local television News** Organizations And the world wide web "The university of Tennessee,vol.60-80.
4. -Dube D.j.((1998)," **focus of attention : A Behavioral perspective on media credibility** ",pp.1-10.
5. Gazino, Cecill., and Mcgath, kiristin.(1986)." **Measuring the Concept of credibility ".** journalism quarterly,63(3),pp451-462
6. Hovland ,Carl and Weiss, waiter,(1951)," **The influence of source credibility on Communication Effectiveness",public opinion quarterly**,pp635-650
7. Kuldip R. RAMPAL AND W.clifton Adams,(1990)"**Credibility of the Asian news broadcasts of the voice of America and the british** Corporation"pp.93-109.
8. yoshiko nozato,(2002),"**credibility of online newspaper**", paper presented to the communication technology division.Aejmc annual convention,Miami,August,2002.
9. Sprecker-Kimberly-Jean, "**peader Perception of The Credibility of university scientists as sources of environmental news"**,PHD,the university of Wisconsin Madison,2007، p.85

10.Erik p. bucy, Living in the information age: **"a new media reader (Wadsworth:Austraia united kingdom"**, united states,2002,289-290).

11.Joel Rudinow & Anthony Graybasch, **"ethics values in the information age"** (Wadsworth:Austraia united kingdom, united states,2002),PP.95 -96

12.Mc quail, D. , MASS" **Communication theory"** , An Introduction , 3rd ed .(London: sage publication , 1994) pp. 123 – 126

13.Hiebert, Ray Eldon And Reuss, **Carol Impact of Mass Media**(N. Y: Longman Inc,1988)p.37

14.Bucy,E."**media credibility rscnsidered: synergy effect between on –air and online news** ", journalism and mass communication Quarterly,88(2)247-264,(2003) .

15.Johnson,J and Barbara K. Kaye.Wag the Blog:"**How Reliance on Traditional Media and Internet Cre.** Journalism and Mass Communication Quarterly.Vol.81.No3.2014

16.Mineabere Ibelema& larry powell :"**cable television news viewed as most credible"** , newspaper reseach journal ,vol.no3,2001.

17.Flanagin,J.z., Metzger,J.M **"Perceptions Of Internet Information Credibility"**, Journalism and Mass Communication Quarterly,Vol.77,No.3, 2000

18.Johnson,J and Barbara K. Kaye **"Using is Believing:Information Among Politically Interested Internet Users"**.Journalism & Mass Communication Quarterly,Vol.77, 2000-

19.Magor,m.AnN & Atwood,l.erwin,(1997),**"change in media credibility when Apreicted disaster doesn't Happen".** Journalism and mass communication Quarterly,vol .744,pp.813.

20.Abdul rahim Masaud, " **newspaper Readerships and credibility in kuwai: An Analsis of uses and gratification Theory"** ,PHD, Southern Illinois university At. Carbondale,1999.

21.Fogg.BJ et a,"**What Makes Web Sites Credible?AReport on aLarge Quantitative Study"**.CHI.Vol3.No.1.2001.

22.Tony rimmer & David Weaver(1986)"**Different Questions , Different answers ? Media use and media credibility"**, journalism Quarterly , vol.64.no.1pp.28-36.

23.Newhagen, john & Califford nass (1989)." **Different Criteria for Evaluating Credibility of newspaper & Televisin news"**. Journalism Quarterly . spring vol .66.No.1pp.277-284.

خامساً: المواقع الالكترونية

1. صحيفة الغد الأردنية ، تاريخ الدخول 2014/11/15، متاح على :

(http://alghad.com/about-us.php).

2. صحيفة السبيل الأردنيّة ، تاريخ الدخول 2014/11/17، متاحٌ على :

(http://www.assabeel.net)

3. **موقع عمون نيوز ، تاريخ الدخول ، 20/ 2014/11، متاح على**

(www.ammonnews.net)

4. **صحيفة الأنباط الأردنيّة ، تاريخ الدخول ، متاح على :**

(http://www.alanbatnews.net)

الملاحق

الملحق رقم (1)

استبيان الدّراسة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

كليّة الإعـــــلام

قسم الصّحافـــة

عزيزتي المبحوثة، عزيزي المبحوث :

تحيّة طيّبةً وبعد ،،،

يجري الباحثُ دراسةً ميدانية بعنوان: مصداقيّة الصّحف اليوميّة لدى الجمهور الأردني: دراسة ميدانية وهي جزءٌ من متطلباتِ الحصولِ على درجة الماجستير في الإعلام؛ ونظراً لأهميّة رأيكم كجمهورٍ أردنيٍّ لهُ دورٌ في التّأثير وتقييم مصداقيّة الصّحف اليوميّة، لذا فإنّ لتعاونكم الأثرَ الأكبرَ في إنجاح هذا العملِ والوصولِ إلى النتائج المرجوّة . وسوف أكونُ شاكراً لو تفضّلتم بالإجابة عن كافّة عناصر هذه الاستبانة بكلّ صراحةٍ ودقّةٍ وموضوعيّةٍ، علماً بأنّ جميعَ البياناتِ التي سيتمّ الحصول عليها ستستخدم لأغراض البحثِ العلميِّ فقط.

ولا يسعني في الختام إلاّ أن أشكرَكم، وأقدّر لكم ما ستبذلونهُ من وقتٍ وجَهْدٍ في تعبئة هذهِ الاستبانةِ، سائلاً المولَى عزَّ وجلَّ أنْ يديمَ عليكم دوامَ الصّحةِ والعافيةِ، ويوفّقكم لكلِّ خيْرٍ وعَطاءٍ.

الباحث / مالك محمد مرزي رمضان

- (0777-116-999)
- (0788-116-999)
- (079-1596155)

Malek87jo@yahoo.com

البيانات الشخصية

- يُــرجى وضع علامة (√) في المكان المخصّص أمامَ الاختيار المناسب

1 – النــــوع :

- ذكــــر
- أنــثــى

2– العُـمـــــر:

- أقل من 20
- من 21 إلى أقل من 30
- من 31 إلى أقل من 40
- من 41 – فأكثر

3 – المستوى التعليميّ :

- أقل من ثانويّة عامّة
- ثانويّة عامّة
- دبلوم
- بكالوريوس
- دراساتٌ عليا

4 – المهنـــــة :

- أعمالٌ حرّة
- موظّف
- طالب
- لا يعمل

5– الانتماء الحزبـــــــيّ :

- أنتمي إلى حزب
- لا أنتمي إلى حزب

س1 : هل تقرأ الصّحف اليوميّة الأردنيّة؟

□ نعم [الرّجاءُ الانتقال للسؤال رقم 3]

□ لا [الرّجاءُ الانتقال للسؤال رقم 2]

س2 : لِمَن أجاب بـ [لا] الرّجاء إجابة السؤال التالي وتسليم الاستبانة مع الشكر

◄ ما أسبابُ عدم قراءتك الصحف اليوميّة الأردنيّة بانتظامٍ ؟ [يمكنُ اختيار أكثر من بديلٍ]

□ أفضّل متابعة وسائل الإعلام الأخرى.

□ لأنّها تفتقد إلى المصداقيّة [لا أصدّق ما ينشر فيها].

□ لأنّها تتجاهلُ الاهتماماتِ الحقيقيّة للمواطنين.

□ لأنّي لا أثقُ فيما تقدّمهُ هذه الصحف.

□ ليسَ لديَّ الوقت الكافيّ لمطالعتها.

□ لأنّها لا تعرض القضايا والموضوعاتِ السياسيّة بطريقةٍ أفضل من الوسائل الإعلاميّة الأخرى.

□ لأنّها لا تزيد المخزون الثقافيّ لديّ من خلال المواد التي تعرضها.

□ أخرى، أذكرها من فضلك.

....

....

س3 : لِمَن أجاب بـ [نعم] فيما يلي الصحف اليوميّة الأردنيّة....... الرّجاء ذكر درجة قراءتك لها ؟

أسماء الصحف اليومية	من مرة إلى مرتين أسبوعيا	من مرتين إلى أربع مرات أسبوعيا	خمس مرات فأكثر أسبوعياً	لا أقرأها
1. الرأي				
2.الدستور				
3. الغد				
4. العرب اليوم				
5. السبيل				
6. الديار				
7. الأنباط				
8. Jordan times				

س4 : ما الأسبــابُ التي تدفعُك لقراءة تلك الصّحف اليوميّة الأردنيّة دون غيرِها ؟ [يمكنُ اختيارَ أكثر من بديل]

□ لمعالجتها القضايا والمشاكل الداخليّة بعمقٍ وشموليّة .

□ لمتابعتها الدقيقة للأخبار الداخليّة.

□ لمعالجتها القضايا الدوليّة بعمقٍ .

□ لتناولها الأخبار الدوليّة باستفاضةٍ .

□ أخرى، أذكرها من فضلك.

....

....

س5 : في تصورك إلـــى أيّ مدىً تتحلّى الصحف اليوميّة الأردنـــيّة بالمصداقـــيّة ؟

الصحيفة / درجة التأثير	إلى حدٍ كبير	إلى حدٍ ما	لا
1. الرأي			
2. الدستور			
3. الغد			
4. العرب اليوم			
5. السبيل			
6. الديار			
7. الأنباط			
8. Jordan times			

س6 : هل يـــمـــكن تـــحـــديد درجة مصداقيّة الصحف اليوميّة التي تقرأها ؟

الصحيفة / درجة المصداقية	مصداقيتها عالية	مصداقيتها متوسطة	مصداقيتها منخفضة	لا أثق بها
1. الرأي				
2. الدستور				
3. الغد				
4. العرب اليوم				
5. السبيل				
6. الديار				
7. الأنباط				
8. Jordan times				

س7 : فيما يلي السمات التي تجعل صحيفة ما تتحــلّى بالمصداقيّة ....

◄ إلى أيّ مدىً تؤثر العوامل التاليّة في مصداقيّة الصحف اليوميّة الأردنيّة ؟

سمات الصحف الورقية / درجة التأثير	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة قليلة
1. تلتزمُ بالنزاهة والأمانة والموضوعيّة والتجرّد .			
2. تعملُ من أجل الصالح العامّ .			
3. معلوماتها دقيقة .			
4. تفصلُ بين الحقيقة والرأي فيما تغطيهِ من أخبار .			
5. تفي باحتياجاتِ القارئ .			
6. تتميّز تغطيتها بالشموليّة ومعالجة كافة جوانب الحدث .			
7. اعتمادُها على مصادر شفافة وموثوقٌ بها .			
8. تتميز بدرجةٍ عاليةٍ من الحرية (حريّة التعبير) .			
9. توثــّق معلوماتها بالأرقام والحقائق والإحصائيات .			
10. ترتبط بالواقع المحليّ وتعبّر عنهُ بصدقٍ .			
11. لا تخفي حقائق ومعلوماتٍ عن قرائها .			
12. تتميز تغطيتها للموضوعاتِ بالعمق .			
13. تــتّصف بالصدق والأمانةِ .			
14. استقلالها الماديُّ والمعنويّ .			
15. عدم انتهاكها لخصوصيّة الأفراد .			
16. لا تتحيّز لأشخاصٍ معينين وفئاتٍ معيّنة أكثر من غيرهم .			
17. لا توجد أخطاء في معالجاتها وأخبارها .			
18.عدم التناقض في معالجتها للموضوعاتِ .			
19. تهتمّ بالقضايا الأساسية التي ترتبط بهموم الوطن .			
20. لها سياسةٌ إعلاميّة واضحة .			
21. تحرصُ على الالتزام بالأخلاقيات العامة فيما تنشره .			
22. تمارسُ حريّة الصحافة بقدر من المسؤوليّة .			
23. عدم لجوئها إلى الإثارةِ .			
24. تذكر الخبرَ كاملاً .			
25. أخرى، أذكرها من فضلك .			

س8: إلى أيّ مدىً تلتزم الصحف / الصحيفة التي تقرأها بهذهِ السماتِ من وجهة نظرك ؟

سمات الصحافة الموضوعية الرجاء التأشير	بدرجة كبيرة	بدرجة متوسطة	بدرجة منخفضة
1. تلتزمُ بالنزاهة والأمانة والموضوعيّة والتجرّد .			
2. تعملُ من أجل الصالح العامّ .			
3. معلوماتها دقيقة .			
4. تفصلُ بين الحقيقة والرأي فيما تغطيهِ من أخبار .			
5. تفي باحتياجاتِ القارئ .			
6. تتميّز تغطيتها بالشموليّة ومعالجة كافة جوانب الحدث .			
7. اعتمادُها على مصادر شفافة وموثوقٌ بها .			
8. تتميز بدرجةٍ عاليةٍ من الحرية (حريّة التعبير) .			
9. توثّـق معلوماتها بالأرقام والحقائق والإحصائيات .			
10. ترتبط بالواقع المحليّ وتعبّر عنهُ بصدقٍ .			
11. لا تخفي حقائق ومعلوماتٍ عن قرائها .			
12. تتميز تغطيتها للموضوعاتِ بالعمق .			
13. تـتّصف بالصدق والأمانةِ .			
14. استقلالها الماديُّ والمعنويّ .			
15. عدم انتهاكها لخصوصيّة الأفراد .			
16. لا تتحيّز لأشخاصٍ معينين وفئاتٍ معيّنة أكثر من غيرهم .			
17. لا توجد أخطاء في معالجاتها وأخبارها .			
18.عدم التناقض في معالجتها للموضوعاتِ .			
19. تهتمُّ بالقضايا الأساسية التي ترتبط بهموم الوطن .			
20. لها سياسةٌ إعلاميّة واضحة .			
21. تحرصُ على الالتزام بالأخلاقيات العامة فيما تنشره .			
22. تمارسُ حريّة الصحافة بقدرٍ من المسؤوليّة .			
23. عدم لجوئها إلى الإثارةِ .			
24. تذكر الخبرَ كاملاً .			
25. أخرى، أذكرها من فضلك .			

س9 : هل لاحظتَ تغيُّراً في درجة مصداقيّة الصحيفة / الصحف التي تقرؤها في معالجة القضايا التي تهمك من فترةٍ لأخرى؟

□ نعم [لِمَن أجاب بـــ [نعم] الرّجاء الإجابة عن السؤال 10 ، 11 ، 12 ، 13]

□ لا [لِمَن أجاب بـــ [لا] الرّجاء الإجابة عن السؤال 13] وتسليم الاستبانة

شاكراً لكم تعاونكم.

س10: أيٌّ من الصّحف التي تقرؤها قد لاحظتَ فيها مثل هذا التغيّر ؟

الصحيفة / درجة التأثير	غالبا	أحيانا	[illegible] الأحيان	لا إطلاقا
1. الرأي				
2. الدستور				
3. الغد				
4. العرب اليوم				
5. السبيل				
6. الديار				
7. الأنباط				
8. Jordan times				

س11 : إلى أيّ مدىً أثـّر تغيّر درجة هـذهِ المصداقيّة في متابعتك لهذهِ الصحف ؟

الصحيفة / درجة التغير	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا
1. الرأي			
2. الدستور			
3. الغد			
4. العرب اليوم			
5. السبيل			
6. الديار			
7. الأنباط			
8. Jordan times			

س12 : ما القضايا / الأحداثُ التي لاحظتَ فيها ذلك التغيُّر ؟

القضايا / الدرجة	غالبا	أحيانا	لا
1. الأحداث والقضايا العربيّة.			
2. الأحداث والقضايا الدوليّة.			
3. الأحداث والقضايا الاجتماعيّة.			
4. الأحداث والقضايا الدينيّة.			
5. الأحداث والقضايا الرياضيّة.			
6. الأحداث والموضوعات الفنيّة .			
7. أخرى، أذكرها من فضلك.			

س13: ما المقترحاتُ التي ترى ضرورةَ أنْ تأخذَها [الصحف اليوميّة الأردنيّة] في حسبانها لتزيدَ من مصداقيتها لديك ؟

1. ....
....

2. ....
....

3. ....
....

4. ....
....

5. ....
....

6. ....
....

شاكراً لكم حسنَ تعاونكم وكريمَ لطفكم

ملحق (2)

أعضاء لجنة التحكيم

الاسم	الرتبة الأكاديمية	التخصص	الجامعة
1.عصام سليمان الموسى	أستاذ دكتور	صحافة	اليرموك
2. محمد هاشم السلعوس	أستاذ دكتور	إذاعة وتلفزيون	اليرموك
3. تيسير أبو عرجة	أستاذ دكتور	صحافة وإعلام/عميد كلية الإعلام	البترا
4.شريف درويش اللبان	أستاذ دكتور	صحافة وإعلام/ وكيل كلية الإعلام لشؤون خدمة المجتمع	القاهرة
5.محمود علم الدين	أستاذ دكتور	صحافة	القاهرة
6.سهام نصّار	أستاذ دكتور	صحافة	سيناء
7.السيد بخيت	أستاذ دكتور	صحافة	الشارقة
8.علاء الدين أحمد الدليميّ	أستاذ مشارك	صحافة /رئيس قسم الصحافة	اليرموك
9.أحمد حسين محمدين	أستاذ مشارك	صحافة	البترا
10.عزّة عبدالعزيز عبداللاه عثمان	أستاذ مشارك	صحافة	الأهرام الكنديّة
11.عزّة عبد العظيم	أستاذ مشارك	إذاعة وتلفزيون	الشارقة
12. أميمة محمد عمران	أستاذ مشارك	صحافة	أسيوط
13. باسم طويسي	أستاذ مشارك	صحافة/عميد معهد الإعلام الأردني	معهد الإعلام
14. غادة محمد اليماني	أستاذ مساعد	صحافة	طنطا